von Kaffee aufweisen könnte. Auf diese Weise verprellte man sowohl Stammkunden als auch Prospects. Eine ähnl. gelagerte Schwierigkeit kann sich aus Firmenfusionen und -aufkäufen ergeben. Daimler und Chrysler konnten sich als Marken verbinden, weil sie weder einen Gegensatz bilden, noch sich zu ähnlich sind. Dagegen wäre es undenkbar, wenn Coca Cola und Pepsi Cola zum gleichen Unternehmen gehörten. Käme das jemals heraus, es gäbe einen Eklat. Gestörte M.! Juli Gudehus

* Die traditionellen Orientierungspunkte der ach so fortgeschrittetenen westlichen Zivilisation gehen immer deutlicher verloren: _Gott? Ach ja, das ist doch der, dessen Sohn beim einzig besuchten (und teurer als jeder Musical- oder Oper von Verona-Besuch bezahlten) Gottesdienst im Jahr so pittoresk über dem Altar neben dem Weihnachtsbaum hängt. _Familie? Meist nur noch temporäres Zweckbündnis zum Steuernsparen auf der Suche nach Zuflucht und Geborgenheit. _Beruf als Berufung? Irgendwo muss das Geld ja herkommen. Und man kann ja froh sein, wenn man seinen Arbeitsplatz behalten darf. Oder aber: Hier wird merkt man wenigstens an den täglichen 12 h-Tagen, dass man in dieser Gesellschaft noch gebraucht wird! Freizeit findet vor dem Fernseher statt, das Wochenende wird gegenüber den Kollegen schon als Urlaub bezeichnet. Was ein Glück hat die Konsumgesellschaft die »Marken« geschaffen. Sie geben Orientierung im immer komplexeren und stressigen Alltag. Bei Schnupfen TEMPO, etwas warmes von KNORR braucht der Mensch und an meine Haut lass ich nur Wasser und CD. Wenn schon die zwischenmenschlichen Beziehungen immer unzuverlässiger werden, die Marken bleiben mir treu. Sie suggerieren mir, dass ich doch nicht einsam bin. Im Gegenteil: ich gehöre dazu. Zu den klischeehaft erfolgreichen und glücklichen Testmonialfamilien der Werbewelt und den vielen anderen, die auch nur das beste von PERSIL kaufen. Die Marke ist mein Freund, da weiss ich, was ich habe. Und wenn ich es mal vergessen habe, brauche ich nur auf die Seitenaufschrift meiner Waschmittelverpackung zu schauen: HENKEL, *a brand like a friend.* Benjamin Baader

* Die Marken der alten Welt lernen gerade, mit ihren Konsumenten auf Tuchfühlung zu gehen. Massenhafte Individualkommunikation könnte zu einem Erfolgsfaktor werden. »Call-Center entwickeln sich zu den ▷ Fließbändern des neuen Jahrtausends«, prognostiziert die Webagentur ▷ Popnet. Das Produkt, das Kunde und Telefonist dabei ▷ montieren: M. Ralf Grauel, »Die Macht der Marke«, brand eins 02 / 00

▷ SELF LIQUIDATING OFFER

KUNDENBINDUNG ▷ S. 2587

KLEBEBINDUNG ▷ S. 418

PERFOBINDUNG * ist ein Klebebindeverfahren. Die Rückenfälze werden schlitzperforiert. Der eindringende Klebstoff verbindet die einzelnen Viertelbogen eines Falzbogens miteinander. www.grafikhirsch.de

* Die haltbarere Verbindung. [...] Die P. bietet sich an, bei Broschuren und Büchern, mit einem hohen Papiergewicht, bei dem eine Hotmeltklebebindung keine ausreichende Festigkeit mehr erbringt – wo allerdings die Preisvorgaben keine Fertigung als Fadenheftung oder Fadensiegelung zulassen. www.buchbinderei-berenbrock.de

▷ PERFORMA, PERFORMANCE, PERFORATION

RINGBINDUNG * ist nicht immer ▷ schoen aber durchaus praktisch! nur metal *nicht* plastik! man kann besser ▷ blaettern / ▷ schreiben ... aber hat immer einen ▷ block-karakter! Stefanie Baldermann

* Auch: WIRE-O-BINDUNG oder SPIRALBINDUNG. Hierbei wird ein Papierblock aus Einzelblättern an der linken Kante gelocht und entweder eine Spirale oder Ringe eingefädelt. Sie können aus Metall oder Plastik sein und sind oft farbig beschichtet. Vorteil dieser jüngsten Form der Bindung: Es lassen sich unterschiedliche Materialien zusammenbinden: Papiere, Pappen, Folien etcetera. Sie lassen sich gut blättern und bleiben auch aufgeschlagen ▷ plan liegen. www.detesys.de

* Für die R. sind Spezialstanzungen erforderlich. Die Ausstanzung wird so vorgenommen, dass eine Öffnung des Stanzloches hin zur Blattkante im Rücken gegeben ist, wodurch ein manuelles Auswechseln der Einzelblätter ermöglicht wird. Die Verbindung der Blätter erfolgt durch einzelne Kunststoffringe. Der zu bindende Block wird im Rückenbereich zwei- bis vierfach gestanzt. www.integralis-hannover.de

Hochzeit

HOCHZEIT
NUPTIAL
AUSRICHTEN
AUSSTEUERN
MCBRIDE
WEISS
SPITZEN
HÄUBCHEN
SCHLEIER
DICHROITISCHER SCHLEIER
GRUNDSCHLEIER
GRAUSCHLEIER
FARBSCHLEIER
VERSCHLEIERUNG
ALTARFALZ
PFARR
LITURGISCH
SPLENDORGEL
ORGELPROSPEKT
REGISTER
DAUMENREGISTER
SCHUPPENREGISTER
PANORAMAREGISTER
ALLE REGISTER ZIEHEN
REGISTERHALTIG
MANUAL
CHOREOGRAPHIE
ANCHOR
ORATOR
TRAUEN
JA
RINGBINDUNG
KISS-PRINZIP
KISS-CUT
KISMET
KISMAN
FOKUSSIEREN
XOXO
ABSEGNEN
ÖFFNE DATEI MIT PAAREN
DIESE PAARE ZUERST KERNEN
KERNING-PAAR
UNTERSCHNEIDUNGSPAAR
FREUDE
BEWEGUNG
AUGENWISCHEREI
EMPFINDLICHKEIT
GLÜCK
KLISCHEE
WEICHZEICHNER
KITSCH

HOCHZEIT ∗ rrtümlich doppelt gesetztes Wort (Druckfehler). www.typographisches.de

∗ Breitfetts H.: B. war bedrückt. Zwar war sein Königreich nur ein ganz kleiner Satzspiegel, aber doch hübsch aufgeteilt, die Stege ästhetisch platziert im vollkommenen goldenen Schnitt. Hier wollte er seine persönliche Schriftfamilie gründen – ohne Schusterjungen, Hurenkinder und Bastardschriften. Und morgen sollte er Schmalmager freien! Schmalmager – Abkömmling der edlen Familie Alinea, zurückreichend in die Zeit, da Buchstaben noch Kunstwerke waren, einzeln von sachkundiger Hand mit Blattgold auf Pergament gepinselt. Eleganter Ductus, zarte ▷ Punze in noblem Graukeil, sicheres Auftreten im ganzen Geviert – das war Schmalmager. Breitfett dagegen spürte schwer seine Dickte, schon seine Eltern waren grotesk. Als der Schriftsetzer Breitfett zum ersten Mal sah, hatte er entsetzt »deleatur« gerufen, woraufhin Breitfetts gute Mutter dem Taktlosen das Brotgeld versagte. Aber Breitfett hatte verstanden – bei ihm halfen auch keine Akkoladen, nein, er musste auf Inhalte setzen. Und so hatte er im Laufe der Jahre durch geschicktes Einsetzen von Ligaturen und Schriftkegeln rationelle Texte erschaffen, ohne auf ästhetisch erwünschte Unterschneidungen verzichten zu müssen. Sein Haus war gut bestellt; sollten die kleinen Buchstaben kommen! Ob Schmalmager wohl diesen Wert erkennen würde, fragte er angstvoll seine treuen Versalien. Stabil wie sie waren, suchten diese ihren König zu beruhigen, nur die gemeinen Gemeine runzelten zweifelnd ihre Serifen. Im Verlauf kam der Morgen. Eilig wurden Satzfahnen gehisst, denn schon nahte mit großer Vorbreite Schmalmager. Aufgeregt veränderte Breitfett die Farbtiefe und schickte seiner Braut schön gestaltete Flattersätze entgegen. Und da war sie – Schmalmager! [...] Versalien und Gemeine brachen aufgeregt neu um – die Braut war ein Zwiebelfisch! Breitfett jedoch wurde kursiv und überreichte Schmalmager sein schönstes Wasserzeichen. Alle klatschten, als Breitfett und Schmalmager unterschnitten bis zur ▷ Überschneidung, umstehende Buchstaben wurden zu Fliegenköpfen, als die beiden beiden H. feierten. Im Laufe der Zeit gebar Schmalmager ihrem Breitfett viele Minuskel, die mit den Jahren nicht nur zu stattlichen Majuskeln heranwuchsen, sonder mehr noch zu einer ganz eigenen Schrift. Und wenn sie nicht gestorben sind, so druckt man sie noch heute. Dot. Karla Kurz

∗ »Ich habe einen Computer«, schreit es einen von H.s-Einladungen [...] an. »Und ich habe mir ein Designprogramm samt Schriften von einem Kumpel kopiert.« Da probieren die frisch gebackenen Gutenbergs dann alles aus, was Bill Gates und Konsorten so hergeben. Fünf Schriften kringeln sich auf einem Blatt, werfen Schatten, liegen krumm und schief in der Gegend rum, garniert mit Bildchen aus der mitgelieferten Datenbank. Philipp Contag-Lada, »Schrift kennzeichnet ihren Absender«, Stuttgarter Nachrichten, 3. 7. 2002

∗ Einen besonderen Platz in der Reihe der ▷ Privatdrucksachen nimmt die Vermählungsanzeige ein. Gleichzeitig muss auch die Verlobungsanzeige genannt werden, die unter ganz ähnlichen Gesichtspunkten gehalten wird. Für die Karten, die meist gefalzt werden, sind außer Normalformat A6 auch andere Größen im Gebrauch, schlankere oder breitere. Man hält sich dabei an die vorhandenen Papeterien. Bei den Vermählungsanzeigen wird die ▷ Vorderseite häufig dazu benutzt, ein ▷ schönes Monogramm (die Anfangsbuchstaben der beiden Partner) oder ein feines, typografisch gesetzes Signet anzubringen. Auf den Innenseiten wird nun der eigentliche Text, die Vermählungsanzeige gesetzt. Wir müssen zwei Arten unterscheiden, nämlich die ältere, bei welcher die Anzeige durch die beiden Elternpaare geschieht, wobei auf der linken Seite die Anzeige der Eltern der Dame und auf der rechten Seite diejenigen der Eltern der Dame und auf der rechten Seite diejenige der Eltern des Herrn zu stehen kommt. Und weiter kennen wir die am häufigsten angewendete Form, auf welcher nur das junge Paar selbst seine Vermählung anzeigt. Bei der ersten Art, die meist titelmäßig gesetzt wird, ist darauf zu achten, dass die linke und rechte Seite sich gut die Waage halten. Man wendet hierzu meist symmetrische Satzart an, während bei der zweiten, häufigeren Art auch die neuzeitl. Gestaltungsweise Raum gewinnt. Vermählungsanzeigen werden in schönen Zeilenfällen gegliedert und müssen vor allem ästhetisch und nicht reklamenhaft wirken. Auch die Verwendung einer zweiten Farbe kann die ganze Karte noch verfeinern. Die Vermählungsanzeige enthällt die Namen des Paares als wichtigste Zeile, sodann den allgemeinen Text, und dann folgt das Datum mit der neuen Adresse. Bei der Verlobungkarte werden die Adressen der beiden Verlobten angegeben. Bei Verlobungsanzeigen wird in der Regel der Name der Dame vorangestellt, bei Vermählungskarten umgekehrt. Als Schrift kommen klassische Antiqua- oder Mediäval-, sowie feine Grotesk- und überhaupt auch weitere gute neuzeitl. Schriftschnitte in Frage. Man kann druch die besondere Schriftwahl der Vermählungskarte einen bestimmten Charaker geben. Manfred Jakobs, »Grundlagen Gestaltung & Typographie«, www.frese.de

▷ HOCHZEITSFOTOS
▷ FUSION, GRUSSKARTE, HANDKOLORIERUNG, LEICHE, KLEINANZEIGE
▷ S. 1156

NUPTIAL ∗ *Veraltet:* ehelich, hochzeitlich. Ursula Hermann, »Knaurs Herkunftswörterbuch, Etymologie und Geschichte von 10 000 interessanten Wörtern«, 1982

∗ Designed by Intertype's design group under the direction of Edwin w. Shaar in about 1952, N. Script is an informal face designed especially for wedding invitations. Ornate without being fussy, N. Script is a welcome ▷ alternative to more commonly used alternatives. N. Script's letterforms were influenced both by English copperplate hands and Italian calligraphic swash capitals. www.linotype.com

▷ SPEZIAL, MEDIAL, MONDIAL, TESTIMONIAL, TUTORIAL, IMPERIAL, ARIAL, EDITORIAL, CENTENNIAL, COMMERCIAL, CONFIDENTIAL, SUPERSTITIAL, INTERSTITIAL, INITIAL

AUSRICHTEN ∗ Synonym für: WEITERSAGEN, MITTEILEN. Einer Person von einer anderen Person eine Nachricht überbringen. Juli Gudehus

▷ S. 1892

AUSSTEUERN ∗ Das Einstellen von Bildparametern (▷ Helligkeit, Kontrast, ▷ Gradation, Farbsättigung) bei elektronischen Bildgebern. www.vasquez.de

▷ SYNTAX

MCBRIDE ▷ S. 2367

WEISS ∗ W., EMIL RUDOLF Ein führender deutscher Typograph, Designer und Kalligraph. Emil W. arbeitete bis Ende der 30er Jahre für die Schriftgießerei Bauer. Von W. stammen die Schriften w. Antiqua, w. Fraktur, w. Gotisch, w. Rundgotisch, w. Kapitale und die w. Lapidar. Götz Morgenschweis, http://typo.goemo.de

∗ Geb. 12.10.1875 in Lahr (Baden), gest. 9.11.1942 in Meersburg am Bodensee. Der Maler und Graphiker studierte bei Leopold von Kalckreuth und Hans Thoma in Karlsruhe und war 1907–1933 Professor an den Vereinigten Staatsschulen für bildende Künste in ▷ Berlin. W. hat sich vor allem um die Buchkunst verdient gemacht, er entwarf Titel, Einbände, Illustrationen und neue ▷ Schriften (»W.-Fraktur«, »W.-Antiqua«, »W.-Gotisch«, »Rundgotisch«). Außerdem schuf er ▷ Radierungen (»Widmung an Hölderlin«, »Frühling«), Lithographien (»An das Schicksal«, »Lied von Schubert«) und Holzschnitte (»Der Wanderer«). »Das große Lexikon der Graphik. Künstler, Techniken, Hinweise für Sammler«, 1989

∗ Ich w., daß ich nichts w. Sokrates, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

▷ BOURKE-WHITE
▷ WAIS
▷ WASS, BASS, BLASS, BSS, CSS, GROSS, MASS, PRESS, SCHLOSS, SPASS, SPIESS, STRESS, SUESS, XPRESS, FUSS, FLUSS, FLEISS
▷ S. 2189

SPITZEN ∗ Am besten sp. Sie einen Blei- oder Farbstift mit einem Skalpell oder einem scharfen, kleinen Messer. Damit kann man die ▷ Mine sehr weit freilegen, um dann daraus eine Seite für breite, die andere für sehr feine Striche zu arbeiten. Der Kenner hat zudem während der Arbeit ein kleines Stück Schmirgel- oder ▷ Sandpapiers neben sich, über das er die Stiftspitze immer wieder kurz zieht: Sie bleibt scharf, ohne ständig gekürzt werden zu müssen. Manufactum-Katalog Nr. 12, leider ohne Jahr

∗ Bleistiftspitzer sind nützliche ▷ Hilfsmittel, aber schwieriger als Messer oder Klingen zu handhaben. Die Spitze einer Mine bricht bekanntlich dann ab, wenn sie richtig angespitzt wäre. Für Druckstiftminen gibt es einen speziellen Spitzer. Klingenmesser und Schablonenmesser gehören zu den praktischsten Hilfswerkzeugen des ▷ Zeichners, obwohl eine einseitig geschützte Rasierklinge auch einen, wenngleich weniger sicheren Ersatz darstellt. Ein Zeichenstift, der mit einer Klinge sachgemäß angespitzt wurde, wird nicht nur besser zeichnen, sondern seine Spitze wird auch länger halten als die mit dem Bleistiftspitzer geschärfte. »DuMont's Handbuch für Künstler«, herausgegeben von Stan Smith und Ten Holt, erschienen 1986

∗ Ich erinnere mich, wie mir klar wurde, daß ich wirklich »angekommen« war, als ich meinen elektrischen Anspitzer bekam. (Im Ernst, das war ein großer Augenblick für mich. Er hatte Saugnapf-Füße, eine durchsichtige Schublade für die Späne und ein Licht, das mir signalisierte, wenn der Bleistift scharf war! Ja, ich war vorangekommen.) Gary Larson, »Sorry for the Confusion«, »The Complete Far Side«, 2003 – hiermit wärmstens empfohlen!

▷ SPITZENPAPIERE, SPITZ, SPITZ WERDEN, SPITZSATZ, SPITZLICHTER, SPITZKORN, SPITZKOLUMNE, SPITZMARKE, WERKZEUGSPITZE, SPITZKLAPPEN-KUVERT, SPITZPUNKT, SPITZE, PFEILSPITZEN
▷ STANZEN, SETZEN, SCHÜTZEN, SPRITZEN, RITZEN, PELZEN, FALZEN, BOLZEN, BLITZEN, BUTZEN, NUTZEN, ÄTZEN, KÜRZEN, KREUZEN, CITIZEN
▷ SPIESS, SPIEGEL, SPIDER, SPIEKERMANN, SPIRALE, SPIRIT, SPINATSCH, SPINNEN, SPIELEN

HÄUBCHEN ∗ Bei Leder- und Pergamentseinbänden die breit gedrückten und schön geformten Rückenenden an Kopf und Schwanz. »Bookbinders-Encyclopedia (German)«, www.schmedt-shop.de

▷ FRAU ANTJE, SPITZE

SCHLEIER ∗ Scheinwerfervorsetzer mittleren Dichtegrades zur Herabsetzung der Lichtintensität. »Lexikon der Hörfunk- und Fernsehbegriffe«, herausgegeben vom Bayerischen Rundfunk, 1997

∗ Metallisches Silber in unentwickelten ▷ Teilen des Bildes. Entsteht durch ▷ Benutzung verbrauchter Entwicklerlösung oder Überentwicklung. www.erinnerungsfoto.de

∗ Schwärzung unterschiedlicher Dichte von Filmmaterial, hervorgerufen durch Alterung oder unbeabsichtigten Lichteinfall. »Lexikon der Hörfunk- und Fernsehbegriffe«, Hrsg. Bayerischer Rundfunk, 1997

∗ Entfernen wir den visuellen Sch. vom Geld als Banknote, so bleibt ein Stück Papier zurück, dessen einzige Funktion es ist, eine Zahl zu transportieren. Fast ein leeres Blatt. Eine Fläche, wie eine leere Buchseite. Die Fläche eines noch nicht bedruckten Plakats. Eine Fläche die herausfordert. Herausfordert zu einer Botschaft, die endlich auch den Sch. im Kopf lüftet. Stefan Nowak, in seiner Diplomarbeit, 1992

∗ Ich finde ja Sch. ganz reizvoll und kann mir gut vorstellen, daß sie wieder ▷ Mode werden, wie um 1900 herum. Juli Gudehus

▷ GAZE
▷ ANTISCHLEIERMITTEL
▷ FREIER

DICHROITISCHER SCHLEIER ∗ Fehler beim Negativprozeß. www.oih.rwth-aachen.de

∗ Durch Verunreinigung des Entwicklers oder zu lange Standzeiten (bei regeneriertem Entwickler) sowie durch ▷ erschöpfte oder mit Entwickler verunreinigte Fixierbäder können auf den Negativen hauchdünne Silberablagerungen entstehen, die wie ein dichroitischer Filter wirken. Wegen unregelmässiger Verteilung machen sich dichroitische Schleier in der Durchsicht als gelbliche bis rotbraune Flecken bemerkbar. Ausserdem wird durch Erhöhung der Grunddichte der Kontrast vermindert. In feuchtem Zustand kann die Schicht vorsichtig abgewischt werden. Später ist Abhilfe kaum mehr möglich (allenfalls durch Umentwickeln der Negative). www.fotolabor.de

GRUNDSCHLEIER ∗ Schwärzung, die in einem entwickelten Negativ auch ohne Belichtung vorhanden ist (Schleier). Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

∗ [In] einer unbelichteten fotografischen Schicht [die] erste meßbare Schwärzung. www.mediafant.de

∗ In der Umgangssprache: GRAUSCHLEIER. Eine Schwärzung im Film an den Nichtbildstellen. Diagnose: Filme, die als Kopiervorlage für die Druckplattenherstellung dienen, sollen im Idealfall nur an den Bildstellen geschwärzt sein. Bezüglich der Dichte des G.s wird hier ein maximalen Wert von D 0,06 festgelegt. Die Messung der Dichte des G.s wird mit einem Durchlichtdensitometer durchgeführt. »Fehlerbilder in der Vorstufe«, www.fogra.org

∗ Die Minimaldichte (G.) soll 0,25 nicht überschreiten. »Film-Folien-Systeme«, online-media.uni-marburg.de

∗ Der G. hängt unter anderem von der ▷ Schichtdicke und der Einfärbung der Emulsion *(Grey Base)* ab und kann immer in der unbelichteten Randzone des Filmes festgestellt werden. Eine verlängerte Entwicklung (Empfindlichkeitssteigerung) hebt auch den G. an, was zu längeren ▷ Kopierzeiten führt. Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

GRAUSCHLEIER ∗ Ein (erhöhter) ▷ Grundschleier, [der] über dem ▷ Schwellenwert [liegt]. Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

∗ Für die Entstehung eines G.s bei der Entwicklung von belichteten ▷ Schwarzweißpapieren können verschiedene Ursachen verantwortlich gemacht werden. Beispielsweise führen zu lange Entwicklungszeiten dazu, daß auch unbelichtete Silbersalze reduziert (entwickelt) werden. Ebenso können unsachgemäße Lagerung der Fotopapiere (Wärme!) oder eine falsche Dunkelkammerbeleuchtung sowie Streulicht eine störende G.-Bildung hervorrufen. Hugo Schöttle, »DuMont's Lexikon der Fotografie«, 1978

∗ Fakt packt den G. Werbespruch von Fakt, 1972

▷ TONUNG, TONEN, PLATTENTON
▷ S. 431

FARBSCHLEIER ∗ [Haben Sie] F. auf den nicht bedruckten Flächen, [dann] erhöhen Sie die Konzentration des Feuchtmittels ode geben Sie ▷ Wischwasserzusatz hinzu, so daß die Benetzungseigenschaften besser werden. Es wird nicht empfohlen, die Feuchtmitteldosierung selbst zu erhöhen, da dies zur Verteilung des Feuchtmittels in die Tinte (Emulgierung) führen kann »Okiplate 904PSIII Ergänzende Hinweise zur Druckqualität«, www.oki.de, November 1999

▷ S. 1500

VERSCHLEIERUNG ∗ Das Verdecken oder die Mystifizierung einer Person oder eines Umstandes. Petra Karadimas

∗ Durch Verarbeitungsfehler oder Lichteinfall hervorgerufene, mehr oder weniger ausgeprägte Schwärzung einer Emulsion, welche die eigentliche ▷ Bildinformation überlagert. Verschleierte Negative weisen einen verminderten Kontrast und eine zu hohe Dichte auf und erschweren oder verunmöglichen das Herstellen einer brauchbaren Vergrösserung. Durch Lichteinfall oder Überlagerung verschleiertes Papier sollte nicht mehr verwendet werden. ▷ SCHLEIER Adrian Bircher, »Laborlexikon«, fotoline.ch, 1995

∗ Der von der DTP-Werbung der 80er Jahre endlos wiederholte Satz&132;Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte&147; wird ständig durch die Praxis widerlegt. Beliebige Illustrationen werden zur V. von Sprachfaulheit und inhaltlicher Lücken eingesetzt. Hermann Rotermund, »Gute Typographie auf Papier und im Web«, www.weisses-rauschen.de

▷ BLUR

ALTARFALZ ∗ Falzart, bei welcher die äußeren beiden Viertel nach innen geklappt werden. www.merkur-einbeck.de

∗ Synonym auch: SCHRANKFALZ. Eine Anzeigen-Doppelseite, aus der sich rechts und links je eine weitere Seite herausklappen läßt. medialine.focus.de

∗ Gefalzt wie ein Fenster, das aus zwei Flügeln besteht. Sigrid Gross, »Lexikon der Typografie«, http://www.typografiker.de/pdf/typografie_glossar.pdf

∗ Ein ▷ Druck-Erzeugnis, dessen linker und rechter Rand sich nach außen falten lassen. Aufgefaltet wirkt die Drucksache wie ein Altar mit einem linken und rechten Flügel. www.elektroniknet.de

PFARR ∗ Wenn der Designer als Vermittler durch den Designer als Priester des Guten abgelöst wird, bedeutet das, das Publikum für dumm zu erklären und zu entmündigen. Alex Cameron, »Gutes oder schlechtes Design – eine Frage der Moral?«, Novo, Heft 44, Jan./Feb. 2000

∗ P., BERND Geboren 1958, [...] studierte an der ▷ Hochschule für Gestaltung in ▷ Offenbach am Main und zeichnet seit 1978 Cartoons und Illustrationen für verschiedene Zeitschriften und Verlage, unter anderem viele Jahre für das ZEIT-Magazin. Außerdem hat er zahlreiche Bücher illustriert und Buchtitel entworfen, unter anderem die 1998 erschienene Erich-Kästner-Gesamtausgabe und 1999 die Hermann-Kesten-Ausgabe. 1998 erhielt er den Max-und-Moritz-Preis. www.bernd-pfarr.de

∗ Ein Blick auf seinen Strich, und man ahnt: dieser Mann ist charakterlich fadengeheftet und opazitätshörig. »Fahrvergnügen« heißt ein Band, den der Frankfurter Zeichner veröffentlichte, aber das vorerst Beste kam im letzten Herbst: »Sondermann im Glück«! Häuptling eigener Herd, www.h-e-h.de bzw. www.haeuptling-eigener-herd.de

∗ Wenn der Maler und Poet Bernd P. zum Flachpinsel greift und mit Acrylfarbe aus der Tube auf grundierte ▷ Leinwand malt, entstehen Gemälde, die einen, für sich genommen, über den Zustand der zeitgenössischen Malerei hinwegtrösten. im Verlagsprospekt von Kein & Aber, leider ohne Jahr

∗ Windschief ragen Hauswände und spitze Dächer in den Himmel, Autos von gemütlicher Rundlichkeit tuckern durch krumme Kleinstadt- und Vorortstrassen, vorbei an Objekten von befremdlicher Vertrautheit und an ebenso liebenswürdigen wie wunderlichen Zeitgenossen. Auch in den Häusern drin ist keine Linie gerade, das Mobiliar ist von zeitlos altertümlicher Modernität, und die elegantesten Lampen der Welt beleuchten das Treiben der Protagonisten: Alles scheint in einen Zustand schwebender Schwerelosigkeit gebannt – und unweigerlich sorgt man sich, ob die Situation ihr ▷ Gleichgewicht wird wahren können, oder ob sie ... [...] Natürlich kippen die Situationen zumindest im übertragenen Sinne um und purzeln vergnügt in eine überraschende Pointe, denn in B. P.s gefährlichem Alltag sind die natürlichen Schwerkräfte zugunsten der Logik des Komischen aufgehoben, und so ▷ gewöhnliche Menschen wie Herr Sondermann, Theseus, Sie und ich oder Frau Santabellavistamaggiore geraten in die merkwürdigsten Lebenslagen. [...] P. illustriert nicht. P. fasst eine Situation, die ihn anregt, im ersten Panel nur zusammen, um sie dann, von Assoziationen gelenkt und dank Gedankensprüngen abtreibend, umso freier weiterspinnen zu können, Bild um Bild, bis sie sich in absurder Überspitzung oder gar in heiterem Irrsinn auflöst. [...] B. P. ist einer der erfolgreichsten und produktivsten deutschen Comic-Zeichner und Cartoonisten. Neben seinen Beiträgen für das Magazin des Tagesanzeigers zeichnet er im deutschen Satiremagazin Titanic Episoden aus dem Alltag des biederen Büroangestellten Sondermann, er schildert die Abenteuer von »Alex der Rabe« im Reformhauskurier, und er erfreut die Leserschaft des Zeitmagazins mit Cartoons. [...] P.s Cartoons [...] sind allein graphisch schon sehr ungewöhnlich: P. malt sie mit Ölfarben auf grosse Leinwände, verkleinert sie dann auf Zeitschriftenformat und versieht sie mit seinen eigenartigen Unterzeilen. Christian Gasser, »Dufte! Der Welt die Realität austreiben.«, http://leeson.ohje.de/nr10/pfarr.htm

∗ ist mein Lieblingszeichner er macht wunderbar hintergründige Cartoons. Man beachte insbesondere die Bildunterschriften. http://www.physik.uni-freiburg.de/~hoffmann/pfarr.html

∗ Das Wunderbare an P.s Bildern ist, dass sie ihren Witz nicht verlieren, wenn man ihn verstanden hat. Frankfurter Allgemeine Zeitung, leider ließen sich Autor, Titel des Artikels und Datum nicht ermitteln

∗ Was komisch ist, darüber hat jeder so seine eigenen Ansichten. Wirklich komisch wird's aber meist, wenn jemand seiner Ansicht nach vernünftig ist. Bernd P.s Figuren jedenfalls handeln streng logisch, ihrer Auffassung gemäß. Und bringen dabei jede handelsübliche Auffassung von Logik zum Platzen. [...] Das Unerwartete ist Bernd P.s Metier. Mit sicherem Gespür entdeckt er unzählige Situationen, die unserer Schulweisheit bislang unbekannt waren, und verfertigt darüber »komische Bilder« (so der Titel eines seiner lehrreichen Sammelwerke), also anschauliche Abhandlungen in Text und Illustration, die uns den Umgang mit dem Unerwarteten vertraut werden lassen. Wir reagieren darauf mit erkenntnissattem Gelächter, glücklich, wieder unverhofft etwas über die große, unfaßbare Welt draußen erfahren zu haben. P.s prägnante und obendrein geschmackvoll gestaltete Bildertraktate erklären mit jedem Wort, in jedem Strich: So geht's. So kann's gehen. Und: nur weil der Mensch vernunftbegabt ist, ist er auch komisch. Noch eine Erkenntnis, P. sei Dank. Martin Budde, www.top100comics.de

∗ Bernd P.s Bücher sind so schön, dass man in ihnen wohnen möchte. Wiglaf Droste, zitiert im Verlagsprospekt von Kein & Aber

∗ Einer der fähigsten und genialsten Karrikaturisten der Welt. http://home.welfen-netz.de/owitte/d/sondermann/1st.stm

∗ Und Bernd P. hatte wirklich historische Momente! Jamiri, im Interview mit Karsten Schreurs, www.comicgate.de

∗ [starb] 2004 45jährig an Lymphdrüsenkrebs. www.hinternet.de

▷ PFÄFFLI, VICARY

▷ PARR

LITURGISCH ∗ Schriftentwurf von Otto ▷ Hupp (1909). »Typographie – wann wer wie«, Hrsg. Friedrich Friedl, Nicolaus Ott, Bernard Stein, 1998

∗ Der Name [der ▷ Textur] geht zurück auf das gewebeartige Erscheinungsbild der in dieser Schrift geschriebenen bzw. gedruckten, meist l.en Texte. »Kleines Glossar. Typografie und Layout im Desktop-Publishing«, Zusammengestellt von Jürgen F. Schopp, 3. 7. 2003 (»erst zum Teil korrekturgelesen«), uta.fi

∗ Für die Illuminierung vor allem l.er Texte entstanden bedeutende Malschulen, zum Beispiel unter Karl dem Großen in Aachen, Metz, Tours, Reims. »Kunst-Lexikon der Weltkunstgeschichte«, www.infobitte.de

∗ Meister Leonhard [1453 bis 1522], bedeutendster Kalligraph der deutschen Spätrenaissance und Schöpfer der kalikraphischen Fraktur [vollendete] als Pater [...] im Skriptorium [seines] Klosters [in Augsburg] mehr als 50 Manuskripte, überwiegend l.e Kodizes, deren einige von so bedeutenden Miniaturmalern wie dem Augsburger Nikolaus Bertschi illuminiert wurden. Wolfgang Beinert, www.typolexikon.de (Die Arbeitsfassung – inhaltlich und formal noch unvollständig und fehlerhaft.)

▷ LITHO, LITFASSSÄULE

SPLENDORGEL ∗ ist der Name eines doppelt geglätteten Naturpapiers und -kartons von Fedrigoni, hochweiß. Juli Gudehus

▷ SPLENDORLUX, SPLENDID

▷ SPIEGEL, SIEGEL, SILICAGEL, NAGEL, MANGEL, DSCHUNGEL, JIGGEL, REGEL, KEGEL, TIEGEL, ZIEGEL

ORGELPROSPEKT ∗ Ein überaus voll und laut gestaltetes Werbeblatt, meist für Super- und Baumärkte oder Möbelhäuser. Der Grafiker hat hier ▷ alle Register gezogen, um der kleinen Drucksache maximale visuelle Wucht zu verleihen. Statt Einzelheiten wird jedoch nur ein verschwommenes, unentwirrbares Cluster wahrgenommen. Juli Gudehus

▷ PROSPEKT, WERBEPROSPEKT

REGISTER ∗ Die für die unterschiedlichen Resonanzbereiche charakteristische Färbung der Stimme. Die wichtigsten Bestandteile des Timbres einer Stimme sind Kopf- und Brust-R. Dazu kommen in den hohen Lagen noch das Falsett (bei Männern) und das Pfeif-R. (bei ▷ hohen Sopranen). Bei der klassischen Gesangsausbildung wird der Erwerb der stimmlichen Fähigkeit angestrebt, einen mühelosen Übergang von einem zum anderen R. vollziehen zu können und alle R. in einer ausgewogenen Mischung anzubieten. www.opernlexikon.de

∗ Ein historisches Papierformat (Deutschland): 40 × 50 cm. www.schneidersoehne.com

∗ Bedeutet im ▷ Schriftsatz die ausgeglichene vertikale Anordnung der Zeilen auf Vorder- und Rückseite von zweiseitig bedruckten ▷ Dokumenten und bewirkt, daß die Zeilen genau deckungsgleich angeordnet sind. www.konrad.de

▷ S. 1845

DAUMENREGISTER ∗ Kleine ▷ »Fahnen« an Buchseiten, die das Auffinden bestimmter Seiten erleichtern, zum Beispiel in alphabetischer Reihenfolge in einem Lexikon (beliebt bei Studenten im Examen: Haftzettel-Register). Anja Wagner

∗ Griffregister, stufenartig am Vorderschnitt eines Buches ausgeschnittene Stellen, um bestimmte Abteilungen oder Buchstaben eines Werkes rasch auffinden zu können. »Bookbinders-Encyclopedia (German)«, www.schmedt-shop.de

∗ Synonym auch: FINGERHOHLSCHNITT. Meist halbrunde Ausstanzung. www.walter-schomaker.de

▷ DAUMENKINO, DAUMENPROBE, DAUNENDRUCK, DAUERANSCHLAG, DAUERLICHT, DAUERWERBUNG, DAUERWERBESENDUNG, DAU, LEBENSDAUER, BLITZDAUER

▷ S. 1300

SCHUPPENREGISTER ▷ S. 2606

PANORAMAREGISTER ∗ Ein ▷ aufwendiger, eleganter Registerschnitt. Verhindert das Einknicken der unteren Umschlagecke. www.walter-schomaker.de

ALLE REGISTER ZIEHEN ∗ Eine beliebte Sportart bei Organisten. Organisten aus allen Nationen treten regelmäßig bei großangelegten Veranstaltungen mit- und gegeneinander an. Ziel ist es, möglichst alle ▷ Register gleichzeitig zu ziehen. Stephanie Fortmann

∗ Die Gestalter von Elektrosmog ziehen alle Register der grafischen Kunst. im Verlagsverzeichnis 2002/2003 von Lars Müller Publishers

∗ Werbung ist der ungebetene ▷ Gast, der a. R. z. muß, um sich nicht rausschmeißen zu lassen. Jean-Remy v. Matt, im Interview auf persoenlich.com

▷ ALLE, ALLE ERSETZEN, ALLES AUSWÄHLEN, ALLES LÖSEN

▷ S. 2708

REGISTERHALTIG ∗ Genaues Aufeinanderpassen des Drucks unterschiedlicher Seiten. www.walter-schomaker.de

∗ Bei mehrspaltigem Satz wird durch die Registerhaltigkeit erreicht, daß alle Zeilen (außer den Zwischenüberschriften) auf gleicher Höhe liegen und daß der Satzspiegel unten gleichmäßig abschließt. www.konrad.de

∗ Für die zuordnung von fotos und text [...] gibt es eine einfache grundregel: zeilen und fotoformate sollen register halten, das heißt in ihren abmessungen so aufeinander abgestimmt sein, daß keine restflächen bleiben. Otl Aicher, »typographie«, 1989

MANUAL ∗ (Von lateinisch *manus* = Hand) Handklaviatur, die Tastenreihen des Klaviers und der Orgel, die mit den Händen gespielt werden; im Gegensatz zum Pedal. musikinstrumente-discount.de

▷ MANUSKRIPT, MANUTIUS, MANIERISMUS, MANIFESTO, MANIPULIEREN, MANILAKARTON, MANHATTAN, MANDARIN, MANDALA, MANDORLA, MANARA, MANGA, MANGOLD, MANGEL

▷ MAL, MARSHALL, MALSTAFFEL, MAJUSKEL, MAISEL, MAIL, MAWIL, MARKENARTIKEL

▷ VISUAL, QUAL

▷ S. 273 und S. 1299

CHOREOGRAPHIE ▷ S. 1446

ANCHOR ∗ Position eines *Hypertext-Links*. Beschreibt die Position eines Links innerhalb einer Website, wird aber auch verwendet, um den Zielort des Links zu definieren. Deutscher Fachverlag GmbH, www.horizont.net

∗ Auch: SPRUNGMARKE. Verweisziel in einem HTML-Dokument. Deutsch: Anker. Der A. zeichnet einen Text, eine Grafik oder ein anderes Element einer HTML-Seite als Link aus. Der A. bezeichnet die Stelle, zu der verwiesen werden soll, und wird von den ▷ Tags und eingeschlossen. netlexikon.akademie.de

∗ A brand needs to enter consumers' shopping trolleys – the home of all packaging – and should be anchored in their minds and hearts. www.mutter.de

▷ ARTDIREKTOR, TRAKTOR, MOTOR, MAJOOR, MARMOR, CASTOR, CURSOR, WINDSOR, KLINGSPOR, HUMOR, HORROR, ERROR, LABOR, VEKTOR, VISOR, PICTOR, DEKOR

ORATOR ∗ Betender, von lat. *orare* = beten. 1962 von L.H.D. Smit entworfene Schrift (Linotype). ▷ ORA ET LABORA Juli Gudehus

▷ OPERATOR

TRAUEN ▷ S. 999

JA ∗ Option in Dialogfeldern. ▷ SI Juli Gudehus

∗ Äußerung der ▷ Zufriedenheit. ▷ JIJÉ Juli Gudehus

∗ Der Weg zum J. führt fast immer über die Brücke der Gefühle. So wie sie in all unseren biologischen ▷ Programmen verankert sind, so spielen sie – selbstverständlich – auch in der Werbung eine ganz zentrale Rolle. Gundolf Meyer-Hentschel, »Alles was Sie schon immer über Werbung wissen wollten«, 1996

∗ Eure Rede aber sei: Ja, ja; nein, nein. Was darüber ist, das ist vom Übel. Jesus, in der Bibel, Matthäus 5

∗ In der japanischen Sprache gibt es zwanzig Wörter für *j.*, und eines davon bedeutet *nein*. Beat Gloor, »Staatsexamen. 81 Sprachbeobachtungen«

∗ Name einer dt. ▷ Handelsmarke. ▷ WEISSE MARKE Juli Gudehus

∗ Ich glaube bis heute, daß das ein Fehler ist, auf Produkte Ja! in Blau draufzuschreiben, ich glaube, man müßte in Rot Nein! draufschreiben. Barbara Gies und Christopher Roth, »Minusvisionen – Unternehmer ohne Geld. Protokolle von Ingo Niermann«, 2003

▷ JAZ, JAZZ, JALS, JADE, JANE, JAVA, JAPICO, JACNO, JANOSCH, JANUS, JANSON, JANNON, JAGUAR, JAGGIES, JAMIRI, JACKET, JAHRBUCH, JAPANPAPIER

▷ MAMIYA, HMNJA

RINGBINDUNG ▷ S. 136

KISS-PRINZIP ∗ *Keep it simple and stupid* – beschreibe es einfach und leicht dümmlich. Wichtigstes Gebot der Werbetexter, der Bevölkerung nicht allzuviel zuzumuten. Gundolf Meyer-Hentschel, »Alles was Sie schon immer über Werbung wissen wollten«, 1996

KISS-CUT ∗ Eine Stanztechnik welche erlaubt, dass nach dem Verkleben zweier Papierbahnen mit zum Beispiel einem leicht ablösbarem Leim die obere Papierbahn angestanzt und entsprechend abgezogen werden kann. www.wallon.fr

KISMET ∗ (Türkisch nach arabisch *kisma* = Los, Anteil) das, Islam: die unabwendbare Fügung des Schicksals (Glück oder Unglück), in der vom gläubigen Muslim der göttliche Wille erkannt wird. »dtv-Brockhaus-Lexikon in 20 Bänden«, 1988

▷ S. 800

KISMAN ▷ S. 100

FOKUSSIEREN ∗ Nur Küsse schmecken besser. Werbeslogan von Eckes Edelkirsch, ausgedacht von Young & Rubicam, 1969

∗ Das Einleuchten der Scheinwerfer in eine bestimmte Richtung und Bestimmung des ▷ Lichtaustritts. »Lichtlexikon Veranstaltungstechnik«, auf www.ev-pa.de, 16. Mai 2001

* Ein Begrif aus der Optik. Ein optisches ▷ System, zum Beispiel ein Kameraobjektiv, auf größte Abbildungsschärfe einstellen. www.avinvest.de
* Die Einstellung der Entfernung am ▷ Objektiv auf das Objekt. Hartwig Schlüter, www.imagery.de, last updated 12.12.1999
* Schwarzweißaufnahmen wirken immer edel und im Gegensatz zu unserer gewohnten farbigen Wahrnehmung symbolhafter, abstrakter. Das führt zu einer starken Fokussierung auf das Objekt, das ich fotografiere: Es gibt nichts, was mich ablenkt. Deneke von Weltzien, zitiert in »Farbkorrektur« von Claudia Gerdes, Page 09.2002
* Der *Simplexity*-Trend hat auch das *Packaging* erreicht. »Besser als die Bez. *Simplexity* finde ich hier allerdings den Begriff Fokussierung. Es geht schließlich darum, dass man sich auf eine Sache konzentriert, um den Verbraucher nicht mit Informationen und Eindrücken zu überhäufen«, so Sina Peters [*Executive Creative Director* bei Enterprise IG in Hamburg]. Ein gutes Beispiel für eine gelungene Fokussierung sind die *Smoothie*-Säfte von der Londoner Firma innocent. Vorne sieht man das Logo, die Geschmacksrichtung und die Beschreibung, um was es sich handelt: »*Smoothie*: Obst zum Trinken«. Auf der Rückseite sind die wenigen Zutaten genau aufgelistet, und das war's, der Verbraucher kann aufatmen. Antje Dohmann, »Klare Ansagen«, Page 10.2007

▷ FOCUS, AUTOFOKUS, TRANSFOKATOR, HYPERFOKALEINSTELLUNG, INNENFOKUSSIERUNG

XOXO * for some reason ▷ symbolizes hugs and kisses … i'll have to track down that definition. Karen Tongson

ABSEGNEN * Saloppes Modewort für gutheißen, genehmigen. Wolf Schneider, »Deutsch für Profis«, 1984 – hiermit wärmstens empfohlen!
* Wichtiger bestandteil in ▷ projekten. ohne diese entscheidungen ist es schwierig weiter zu kommen. es ist von vorteil dieses schriftlich vorliegen zu haben, fuer den fall der faelle … es gibt menschen, die sich im nachhinein nicht mehr daran erinnern wollen. Christiane Westarp
* Gesegnet seien alle […] in den ▷ Papierkorb geworfenen ersten Entwürfe. Patrick Süskind, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

ÖFFNE DATEI MIT PAAREN * Eine Funktion in Fontographer, unter ▷ Automatische Dickten im ▷ Dickten-Menü. »Fontographer-Handbuch«, leider ohne Jahr

DIESE PAARE ZUERST KERNEN * Diese Funktion in Fontographer, unter ▷ Automatische Dickten im ▷ Dickten-Menü, legt fest, welche Paare Fontographer nun wirklich zuerst kernt, speziell dann, wenn Sie sie Anzahl der ▷ Kerningpaare in der Wieviel-und-wie-weit?-Option ▷ eingeschränkt haben. Wählen Sie »Egal«, dann ist auch Ihre Einschränkung hinfällig geworden und ▷ Fontographer kernt nur die ersten 500 Paare. »Fontographer-Handbuch«, leider ohne Jahr

▷ KERNBOTSCHAFT, KERNING-PAAR, KERNING, GRUPPENKERNING, VERANKERN, SPULENKERN, AUGENZWINKERN, AUFLOCKERN, ANMARKERN, MARKENKERN

KERNING-PAAR * Um ein harmonisches Schriftbild zu erreichen, wird bei bestimmten Buchstabenpaaren der Buchstabenabstand gesondert festgelegt. Diese Paare heißen K.-P.E. »Gestaltung von Texten«, www.norasoft.de
* Die Kombination aus einem linken und einem rechten Zeichen sowie einem Kerningwert, der die Unterscheidung (beziehungsweise das Sperren) in Einheiten des 1000er-Koordinatensystems beschreibt. www.typeforum.de
* Beim metrischen Kerning erfolgt [in ▷ Pagemaker] das Unterschneiden mithilfe von K.-P.EN (Informationen über den Abstand bestimmter ▷ Buchstabenpaare), die in den ▷ meisten Schriftarten enthalten sind. Bei InDesign CS2 wird standardmäßig das metrische Kerning angewendet, sodass bestimmte Buchstabenpaare beim ▷ Importieren oder ▷ Eingeben von Text automatisch unterschnitten werden. Beim optischen Kerning wird der Abstand zwischen benachbarten Zeichen auf der Grundlage der Zeichenform angepasst. Ein benutzerdefinierter Kerning-Wert kann zwischen zwei Zeichen angewendet werden, um den Abstand wie gewünscht zu ändern. demo.sfgb-b.ch
* Je mehr K.-P.E berücksichtigt werden, desto besser. »Adobe InDesign CS2«, erschienen 2005

▷ KERNING, GRUPPENKERNING, VERANKERN, SPULENKERN, AUGENZWINKERN, AUFLOCKERN, ANMARKERN, MARKENKERN, KERNBOTSCHAFT, DIESE PAARE ZUERST KERNEN

UNTERSCHNEIDUNGSPAAR * Besteht aus zwei ▷ Zeichen. Der ▷ Abstand zwischen den Zeichen wird durch den ▷ Unterscheidungswert bestimmt. www.vm-marketing.de
* Eine elementare Übung in kontextuellem Denken, auf der Basis des lateinischen Ausgangsalphabets. Philosophische Darlegung dass Zwischenraum schlussendlich wichtiger ist als individuelles Auftreten. Visueller Beweis dass Positiv- und Negativform nicht trennbar sind. Klassisches Beispiel dass das Zusammenwirken zweier zufällig zusammenkommenden Einheiten schlussendlich auf formale Gesichtspunkte hinausläuft, was in Zusammenhang mit dem ebenso zufälligen Umfeld gelöst werden muss, und nie vollkommen sein kann. Zeichen unserer Computerzeit, deren vermehrte Möglichkeiten mehr Verbindung und Kontext, und dadurch mehr ▷ Komplexität und Probleme schaffen. Ein U. ist die ▷ optische Abstandskorrektur einer individuellen ▷ Kombination zweier ▷ Zeichen einer Schrift, die im Vergleich zum gesamten Text optisch zu weit oder zu eng zueinander zu stehen scheinen. Der Grund liegt meist in ihren sehr unterschiedlichen Einzelformen; die generelle Lösung in einem digitalen Wert, der den Abstand für diese spezifische ▷ Zeichenkombination korrigiert. Wie passt das U. in den Zusammenhang einer auf Computern genutzten Schrift? Vier Hauptaspekte müssen bei der Gestaltung erstellt und gemeinsam berücksichtigt werden, sowohl in ästhetischer Anmutung wie funktioneller Lesbarkeit: 1) Outlines: Buchstabenformen in PostScript-Pfaden, Umrisse der Zeichen an sich, skalierbar und daher größenunabhängig, bisher vor allem für Druckmedien essentiell. 2) Bitmaps: vereinfachte Darstellungen der Buchstabenformen in Rasterpunkten (Pixeln) zur Darstellung auf elektronischen Benutzeroberflächen, daher abhängig von gewählter Schriftgröße. 3) Spacing: Generelle Spationierung eines Zeichensatzes durch Eingabe des grundsätzlich notwendigen Raums um jedes individuelle Einzelzeichen. Erfordert besondere Beachtung, weil a) einfachere Softwares kein Kerning berücksichtigen, b) durch bessere Spationierung weniger Kerning / Unterschneidung erforderlich ist. 4) Kerning: U.e für professionellen Schriftsatz; letzte Instanz der Schriftgestaltung. Normalerweise mehrere 100 Paare, bei extremeren Zeichenformen über 1000. Gute Displayschriften sollten mehr U.e aufweisen als Textschriften: Display wird wegen Größe und Eindruck enger gesetzt. Extremere Formen und größere Darstellung machen Spationierungsprobleme viel sichtbarer. (Textschriften können weiter gesetzt werden, sie haben normalere Formen und dadurch weniger und bekanntere U.e.) – Im Gegensatz zum Macintosh erlaubt Windows lediglich 1000 Paare: ein trauriges Problem für anspruchsvollere Schriften … wir können nur warten. Joachim Müller-Lancé

FREUDE ▷ S. 245

BEWEGUNG ▷ S. 2044

AUGENWISCHEREI * Häufiges ▷ Radieren oder Übermalen der Augenpartie bei Portraits im Skizzenbuch aufgrund von Unvermögen und mangeldem Talent. Das Ergebnis sind verschmierte und und unproportionale Augen. Veronika Schäpers

▷ ETIKETTENSCHWINDEL, SERVIERVORSCHLAG, SEX SELLS, WEICHZEICHNEN, KLEINGEDRUCKTES

▷ S. 1312 und S. 2770

EMPFINDLICHKEIT * Nominalwert oder im Kalibrierschein angegebener kalibrierter Wert der vom Sensor abgegebenen Signaländerung pro Änderung der Messgrösse. Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

▷ S. 2262

GLÜCK * Die Veröffentlichung eines Comics. Viele denken, sie schreiben eine ▷ Bewerbung und schicken diese einen Verlag und diese melden sich dann. Doch so läuft es nicht im deutschen ComicBuisness. Die großen Verlage, wie Carlsen oder Ehapa, wollen schon halb- oder ganz fertige Projekte sehen. Wenn diese Projekte den Lektoren gefallen und eine Möglichkeit für eine Zusammenarbeit sehen, dann hat man mehr als G. Regelmäßig bewerben sich Profis und Anfänger bei großen Verlage, doch nicht mal die Profis finden oft eine Möglichkeit zu veröffentlichen. »Wie werde ich Comiczeichner in Deutschland?«, www.millus.de
* Seit meiner Kindheit haben mich Bilder, bestimmte Dinge angezogen, und ich hatte immer den Wunsch, diese Dinge in Bilder zu verwandeln, und wenn möglich, dramaturgisch, ein Ganzes zu erschaffen. Ich habe das große G., das schon so lange tun zu können. Leni Riefenstahl, zitiert in »Why are you creative« von Hermann Vaske, 1999
* Ich glaube, ich werde das Photographieren nie aufgeben; es hat mir viel Freude und G. gebracht. Cecil Beaton, in seiner »Photobiography«, 1951
* Die Subjektivität der Farbempfindung beschert einem ▷ Gestalter viele glückliche, aber auch mühsame Stunden. Barbara Halcour
* Bürokopierer mögen am liebsten ▷ Strichvorlagen, also klare Schwarzweiß-Kontraste. ▷ Halbtonvorlagen mit verschiedenen Grauwerten (Fotos oder 6B-Skizzen) sind G.s-Sache. Arnd Gatermann, »Trickreicher Umgang mit Kopiergeräten in Darstellung und Entwurf«, in db, Deutsche Bauzeitung, Dezember 1989
* Kreative zählen zu den glücklichsten Wesen unter der Sonne. Weil sie einen ▷ tollen Job haben, daher gerne ▷ arbeiten und von sympathischen Kollegen umgeben sind. in »Der schönste Job der Welt«, Page, Ausgabe 10 / 01
* Ein glücklicher Designer ist ein guter Designer. Tina M. Strobel, in einem Interview in »Young German Design«, 2008
* Ich hatte das G. zu verstehen, daß die Schrift etwas Lebendiges ist, wie eine Pflanze. Adrian Frutiger, zitiert von Werner Schneider, in »Schriftdesign in visueller Verantwortung«, www.type-director.de
* Arbeit, Arbeit! Wie glücklich fühle ich mich, wenn ich arbeite! Leo N. Tolstoi, »Tagebücher«, 1899
* Könnte ich leben, ohne zu arbeiten, ich wäre das glücklichste Wesen unter der Sonne. Franziska Gräfin zu Reventlow, »Tagebücher«, Jahr leider nicht zu ermitteln
* Als zukünftige ▷ Webdesigner kann ich Euch […] nur diesen einen ▷ Rat auf den Weg mitgeben: MACHT EUREN ▷ KUNDEN GLÜCKLICH, und versucht ihm nicht EUREN ▷ Geschmack aufzuzwingen. Es wird Euch nicht gelingen … »Traumberuf Webdesigner?«, auf www.gismo.at, © g4smo 2001
* Mir [ist wichtig], sich […] die fälschlicherweise als naiv geltende Frage zu stellen: Wieviel G. bringt Design? Denn wenn Design die Menschen nicht glücklich machen würde, warum würden wir uns dieser Form der schöpferischen Tätigkeit widmen? Vielleicht, um einfach Geld zu verdienen oder unser Ego zu befriedigen? Schrecklich! Seit das ▷ Wort in der internationalen Umgangssprache Fuß gefasst hat, entstand »Design« auf der Basis eines gefestigten kulturellen Bewusstseins von protestantischem Typ. Dieses Bewusstsein hängt stark mit der modernistischen westlichen Ideologie und deren humanistischem Glauben an die Verbesserung der Lebensumstände zusammen, die mehr G. bringen sollte. Das ist ein wirksamer moralischer Schutzpanzer, der das ▷ Design heute noch vor jedem äußeren Angriff und jeder wesentlichen Infragestellung von innen schützt. […] Ein großer Teil der Designproduktion [hat] unleugbar seine Unabhängigkeit verloren, indem er nur eine formale Konsequenz von Überzeugungsstrategien und der Verführung, ja sogar ein Marketingtrumpf ist. Design so zum Ausdruck zu bringen, kann als visuelle Darstellung der westlichen G.s-Gesellschaft betrachtet werden. Ruedi Baur, »Visueller Kolonialismus«, Vortrag im Rahmen des »Future Workshop Two« am 20. und 21. 9. 2002 an der FH Vorarlberg. www.fh-vorarlberg.ac.at
* »Jeder ist seines G.es Schmied«? Die meisten von uns sind der Amboss. Hans-Horst Skupy, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Radikalste ▷ Bewertungsmassstäbe sind kein ▷ Beitrag zum G. Beachte doch, dass selbst der Herrgott, als er die Welt erschuf, nicht alles vollumfänglich ▷ durchdachte – sonst wäre Vieles besser beschaffen. Peter Erni, in einem Interview mit David Clavadetscher, auf www.clavadetscher.org, im Februar 2003
* Sich zu vergleichen ist eine der größten Fallen auf dem ▷ Weg zum G. Stefan Klein, »Schicksalsfrage«, in brand eins 06 / 02
* Erst hatten wir kein G. Und dann kam auch noch Pech dazu. Andreas Möller, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Das verdammte G.! Ohne das kann man nicht einmal ein guter Spitzbube sein. Gotthold Ephraim Lessing, »Die Juden«, 1749
* Einen Tropfen G. möchte ich haben oder ein Fass ▷ Verstand. Menandros, »Monostichoi«, um 300v. Chr.
* Man versucht sein G. ▷ gewöhnlich mit ▷ Talenten, die man nicht hat. Luc de Clapiers Marquis de Vauvenargues, »Unterdrückte Maximen«, 1746
* You don't need luck. (Pentax) zitiert Claude Closky, in »2000 Calendar«, 1999, Éditions Musée du sourire, Paris in der Ausstellung »Ökonomien der Zeit«, Akademie der Künste, 2002
* Das G. ist den Kühnen hold. französisches Sprichwort
* Ich glaube, das G. nimmt zu, je mehr Mut man aufbringt, das zu tun, was man wirklich möchte und gut kann. Norbert Gabrysch, im Interview »AGD Quarta 2|2004 Erfolgsrezepte für Designer«
* Das ▷ Überraschende macht G. Friedrich Schiller, »Don Karlos«, 1783 bis 1787

▷ S. 2806

KLISCHEE * Auch: CLICHÉ. Juli Gudehus
* Französisch *cliché* = Abklatsch. Karl Klaus Walther, »Lexikon der Buchkunst und Bibliophilie«, herausgegeben von Karl Klaus Walther, 1995
* nennt man jeden auf dem Wege der ▷ Ätzung, ▷ Gravierung, Schneidekunst oder durch ▷ Abformung hergestellten ▷ Druckstock. »Satz-Fibel von Lehrlingen für Lehrlinge« – Original 1933, Hrsg. (Buch)-Druckerei Carl Bockfeld, http://home.snafu.de/geya/fibel.htm
* K.s werden in besonderen Betrieben (K.-Anstalten) oder in speziellen Betriebsteilen von Druckereien hergestellt. […] Nach dem Druck ▷ können K.s in eventuellen weiteren ▷ Auflagen oder anderen Werken wiederverwendet werden. Karl Klaus Walther, »Lexikon der Buchkunst und Bibliophilie«, Hrsg. Karl Klaus Walther, 1995
* Bei Halbtonvorlagen (Fotos) fertigte man Rasterätzungen an, bei Strichvorlagen (Zeichnungen) waren es Strichätzungen. Hochdruck-K.s haben heute weitgehend histor. ▷ Bedeutung. Heute bezeichnet man mit dem Begriff K. zumeist im Flexodruck verwendete Hochdruckformen oder auch Tiefdruckformen für den Tampondruck. »Drucklexikon«, www.printprocess.net, Stand: Mai 2002
* Das K. – dieser eher abwertende Begriff bezeichnete im Zeitungswesen noch vor wenigen Jahren durchaus auch etwas Hochstehendes. Nämlich das für die Zwecke des Hochdruckverfahrens in eine Metallplatte umgesetzte Foto – aufgelöst, je nach Rasterfeinheit, in viele, mehr oder weniger hochstehende (und dicht stehende) Punkte. Das K. war also sozusagen außerordentlich bildkräftig. Diese Technik der Stereotypie ist längst durch die Modernisierung überholt. Was übriggeblieben ist vom Begriff K. bezeichnet rein sprachlich eher etwas Niedrigstehendes. Und bildkräftig ist das bloß verbale K. auch nicht, sondern eher platt und oberflächlich, ohne jene gedankliche Tiefenschärfe, die rein optisch ein gutes Bild auszeichnen kann. Dies alles verhindert freilich, dass in vielen Texten manche K.s vorkommen – aufgrund auch jenes »Hochdruckverfahrens« beim Schreiben, das zum Nachdenken offenbar nicht ausreichend Zeit lässt. Sofern die Neigung zum Nachdenken überhaupt vorhanden ist. Robert Leicht, »K – wie Klischee«, www.bdzv.de
* Es ist ganz ▷ erstaunlich, wie stark sich in den doch höchst verschiedenen gesellschaftlichen und historischen Perioden […] K.-Figuren, […] ▷ Wunschbilder ähneln. Wir haben des öfteren darauf hingewiesen, zum Beispiel bei den fast ▷ kongruenten Personenschilderungen etwa bei H. Clauren und seiner »Mimili« und bei Romanen Ludwig Ganghofers. Diese ▷ Normierung der ▷ Typen wird bis in die Trivialliteratur der Gegenwart fortgeführt und wir ▷ finden diese K.-Figuren nicht nur in der Lite-

ratur, sie werden in fast noch stärkerem Maße geprägt und vorgeführt und gewissermaßen sogar zum Vorbild erhoben durch moderne Massenkomunikationsmittel: Man denke nur an die verlogenen Typisierungen, die etwa das ▷ Fernsehen in gewissen Familienserien […] durchführt, oder in noch weit schlimmerem Maße die Werbung in Film und Fernsehen, wo »die« deutsche Hausfrau, »die« deutsche Familie allabendlich einer Millionenschar von Zuschauern präsentiert werden. Das Bild, das hier vom Aussehen und von den Eigenschaften der deutschen Frau, des deutschen Mannes und des deutschen Kindes entworfen wird […], ähnelt in erstaunlichem und erschreckendem Maße den K.-Figuren von heute und gestern. Gert Richter, »Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z«, 1972 – hiermit wärmstens empfohlen!

* Ein K. ist, daß ▷ Kreative nicht mit ▷ Geld umgehen können und folglich viel zu wenig oder aber überzogen viel verdienen. Juli Gudehus

* Es ist eigentlich ein schreckliches K., als Werber Ferrari zu fahren, aber ich kenne sonst niemanden in meiner Branche. Oliver Voss, in »Zukunft der Werbung, Werbung der Zukunft«, gemeinsames Supplement zum Deutschen Werbekongress 2003 von w & v werben und verkaufen, Süddeutschen Zeitung, media und marketing und Der Kontakter

* Werber schwimmen im Geld, fahren teure Autos, haben die schärfsten Frauen und erledigen ihre Arbeit vorzugsweise an einsamen Karibikstränden oder auf dem Weg vom Klo zum Konferenzraum – so weit das K. Der Arbeitsalltag von Werbern ist etwas weniger glamourös. »Die Vorstellung von bunten Paradiesvögeln, die mit der Champagnerflasche auf dem Schreibtisch mal eben locker ihr Geld verdienen, geistert zwar immer noch in vielen Köpfen herum. Mit der Realität der 186 000 Werber in Deutschland hat das aber nichts zu tun«, sagt Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW). Simone Deckner, »Man muss Masochist sein«, www.spiegel.de, 26. 4. 2002

* Neuerdings gibt es ▷ Software, die im Fernsehen ▷ Werbeclips erkennt – das spricht für mich ▷ Bände! Wäre Fernsehwerbung weniger k.-haft, wie könnte eine dumme Software sie erkennen? Juli Gudehus

* Ich finde es sehr wichtig die Stilelemente untersch. Marktsegemente zu verstehen um dann bei eigenen Entwürfen genau diese ganzen K.s vermeiden zu können. Frank Rocholl, www.kearneyrocholl.de

▷ NAHELIEGEND, PROTOTYP, IDEALBILD
▷ KLISCHEEANSTALT, KLISCHEEDRUCK, CLICHÉ VERRE
▷ KAFFEE, JAFFEE, FEE, ROYALTY-FREE, PAPERTREE, CRILLEE, IDEE, WEEGEE, MARQUEE, ODYSSÉE, GICLÉE

WEICHZEICHNER * So ähnlich wie »Weichspüler« nur verliert man bei diesem nicht die Kontur. Ulrike Flaig

▷ S. 2416 und S. 2513

KITSCH * Der Versuch, etwas zu machen, das man nicht kann, ergibt K. Jan Tschichold, »Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie«, 1960

* ist, was nur eine Bedeutung zuläßt. Uwe Loesch, in einem Gespräch im Jahr 1990

* ist eine künstlerische Schwäche, eine ▷ ästhetische Entgleisung, ein ▷ dekoratives Versagen. […] Erkenntnis des K.s setzt Vergleichsmöglichkeiten und damit auch ▷ Kritikvermögen voraus. Karlheinz Deschner, »Kitsch, Konvention und Kunst«, 1957

* Ein K.-Werk ist […] ein Effektwerk. Es arbeitet mit zahllosen, hintergrundslosen ▷ Effekten, zur Erzeugung von grundlosen, unverbindlichen Emotionen. Gert Richter, »Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z«, 1972 – hiermit wärmstens empfohlen!

* Meist Werke […], die mit primitiven Mitteln schöne Illusionen und Rührung erwecken wollen, aber auch industrielle Nachahmungen volkstümlicher Kunst (Andenken-K.). Brigitte Riese, »Seemanns Kleines Kunstlexikon«, 2001

* Geschmacklose, süßlich-sentimentale Scheinkunst. Ursula Hermann, »Knaurs Herkunftswörterbuch, Etymologie und Geschichte von 10 000 interessanten Wörtern«, 1982

* Wertlose »Kunstware« […], ein ▷ kunstfertig, doch ohne künstlerische Intention hergestellter Gegenstand (Bild, Plastik und andere), der ohne den Filter ästhetischer Distanz unmittelbar den sentimentalen Selbstgenuß anspricht. – Neuerdings gilt K. auch als Ausdruck eines »Trivialrealismus«; in der Pop Art werden seine Gegenstände als Zitat einer außerkünstlerischen Realität verstanden. – Unterschieden wird der »süße K.«, der schöne Illusion und Rührung zu erwecken sucht, vom »sauren K.«, der sich mit vorgetäuschter Tiefgründigkeit dem Zeitgeschmack anpaßt. […] Gegenstände eines überholten Stils (zum Beispiel Symbolismus, Jugendstil) können unter anderen Voraussetzungen (veränderte ästhetische Vorstellungen) zum Teil als K. empfunden werden. »dtv-Brockhaus-Lexikon in 20 Bänden«, 1988

* Die Herkunft ist nicht geklärt; nach F. Avenarius (Aufsatz im »Kunstwart«, 1920) geht das Wort auf englisch *sketch* »Skizze« zurück und wurde nach der Jahrhundertwende bei den Kunsthändlern und Malern für ein leichthin gemaltes, dem breiten Publikumsgeschmack entgegenkommendes und daher leicht verkäufliches ▷ billiges Bild verwendet […]. Vielleicht ▷ spielen aber auch mundartliche ▷ Formen eine Rolle, die »oberflächliche […]«, schlechte Arbeit ausdrücken, gelegentlich auch »Zusammengescharrtes« ▷ bedeuten, zum Beispiel schwäbisch *K.* »Holzabfälle, schlechte Holzware«, rheinisch *kitschen* »oberflächlich an einem Holzstück herumschneiden, kraftlos und nicht regelrecht abhauen, Kerben mit schartigem Messer machen« und so weiter. Ursula Hermann, »Knaurs Herkunftswörterbuch, Etymologie und Geschichte von 10 000 interessanten Wörtern«, 1982

* Ein Kriterium des K.es ist die Häufung bestimmter stilistischer oder kompositorischer Elemente. […] Alles tritt im Übermaß auf, wird im Übermaß angewendet. Aber ohne daß irgendeine Problematik, eine Differenziertheit erkennbar würde, ohne daß Doppeldeutigkeit, Fragwürdigkeit, Zwiespältigkeit durchschimmerte. Also ist im K.-Werk das Edle nur und ausschließlich edel, das ▷ Gemeine nur und ausschließlich gemein, das Süße nur süß, das Bittre nur bitter. […] Von allem wird die 10fache Dosis gegeben, alles ist grell und laut oder schmalzig und trist. Gert Richter, »Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z«, 1972

* Kommunikationsdesign ist kein kitschiges Kunstgewerbe, sondern beschäftigt sich gezielt mit der gestalterischen Vermittlung von Wort und Bild. W. Korfmacher, »Kommunikation ohne Verpackung ist nicht existent«, Teil 6 der Serie der Neuss-Grevenbroicher Zeitung »Inhalt und Design – Wahlwerbung 2002«, ngz-online.de

* Ich glaube, daß es sinnlos ist, gegen den K. zu kämpfen mit den Mitteln des Kunstgeschmacks, mit ästhetischen Gesetzen oder Normen gegen ihn ins Feld zu ziehen. Man kann sich selbstverständlich über K. empören – man kann, wenn man sich sicher ist, daß es welcher ist, sonst sollte man es lieber lassen –, man kann den Finger auf Kunstwunden legen oder mit ihm auf künstlerische Impotenz weisen, man kann ihn verlachen, mit High-brow-Miene verspötteln – aber verhindern kann man ihn nicht. Selbst wenn es eine Diktatur der Hohen Kunst, eine machtvolle Hohepriesterschaft der Künstler gäbe, sie könnte den K. nur verbieten, aber verhindern könnte sie ihn nicht. K. zu verbieten hieße Träume verbieten. Denn der K. in seiner ▷ Vielfalt, in seiner literarischen, bildnerischen, musikalischen Gestalt ist doch der sehnsüchtige ▷ Ausdruck einer gewünschten Welt – er stellt die ▷ ideale Welt dar, wie sie keineswegs nur das berühmte ▷ Lieschen Müller aller Zeiten und ihr männliches Pendent, sondern auch durchaus geschmacksgebildetere Leute sich erträumen. […] Ich meine – und meine es natürlich keineswegs als erster und allein –, daß K. seine Berechtigung hat, geradezu eine Notwendigkeit ist. Gert Richter, »Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z«, 1972 – hiermit wärmstens empfohlen!

* macht Spaß. Gert Richter, »Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z«, 1972 – hiermit wärmstens empfohlen!

▷ ANSICHTSKARTE, POSTKARTE, SOUVENIR
▷ KITCHING, FONTKITCHEN, DIGITALKITCHEN
▷ BUSCH, ARSCH, LOESCH, FROSCH, FLEISCH, FALSCH, FISCH, WISCH
▷ ABKLATSCH, SPINATSCH, MITGUTSCH

reich beschenkt

VERPACKUNG
ENDLOSSCHLEIFE
AUFREISSEN
GESCHENKPAPIER
WERBEGESCHENK
PRESENT
PRESENTER
PRÄSENTER
PRÄSENTATION
PRÄSENTATIONSENTWURF
PRÄSENTATIONSREIF
PRÄSENTATIONSGRAFIK
PRÄSENTIEREN
VERGEBEN
VORGABEN
BEGABUNG
FARBGEBUNG
FORMGEBUNG
EINGEBUNG
EINGABE
FREIGABE
WIEDERGABE
ÜBERGABE
BESCHNITTZUGABE
HINGABE
ANGABE
ABGABE
AUSGABE
AUFGABE
AUFTRAGGEBER
ZEITGEBER
FORMGEBER
BILDGEBER
ERGEBNIS
ÜBERRASCHUNG
PLATT
DANKBARKEIT
GEDANKE

VERPACKUNG ∗ Eine physische Umhüllung von Gütern zur Abgrenzung der Warenmenge, Sicherung und / oder ▷ Präsentation der Ware. www.dr-hoffmann.de

∗ »Kleid« und »Plakat« des Produktes. Jürg Kaltenrieder, »Werbe-Lexikon«, auf www.directmarketing-support.ch

∗ Letztendlich stellen alle grafischen Produkte, ob nun ▷ Buch, Umschlag, Etikett, Broschüre oder Display, eine Art von »V.« dar, die das Interesse für den ▷ Inhalt wecken soll. Frank Denninghoff, im Interview in »Sinnliche Reize«, PrintProcess 18 / 2002

∗ Botschaften und Informationen werden von einer zu einer anderen Person, zu defi nierten Zielgruppen oder einfach an einen anonymen Empfänger gesendet. [...] Bei dieser Art des Transportes ist es die V., die den Inhalt vor Schaden bewahrt, die ihn in praktische Einheiten gliedert oder wertvoll aussehen lässt. www.fh-vorarlberg.ac.at

∗ Ich glaube, dass das, was ich mache, mehr ist als blosse V. eines Inhalts, sondern auch Teil eines solchen Inhalts ist. Cornel Windlin, im Interview mit David Clavadetscher, www.clavadetscher.org, Februar 2003

∗ Einer internationalen Studie [zufolge] schätzen Verbraucher an V.en nicht nur funktionale Eigenschaften wie Schutz, bequeme Handhabung *(Convenience)* oder schnelle Produktinformation. Mindestens ebenso wichtig sind die emotionalen ▷ Botschaften, ▷ vermittelt durch eine ▷ kreative, sympathische ▷ Gestaltung, angenehme ▷ haptische Eigenschaften sowie die Anpassung an bestimmte Situationen – Geschenk, täglicher Gebrauch, Vorratshaltung. PrintProcess 18 / 2002

∗ In ihr verbinden sich profane Produktinformationen mit ästhetischer Raffinesse, Optik und Haptik, Rationalität und Emotionalität, Hinweise auf Qualität mit Querverweisen auf verwandte Produkte aus demselben Hause – kurzum: Die äußere Form und Gestaltung ist integraler Bestandteil komplexer Markenauftritte geworden. Kai-Uwe Scholz, »Leere in Hülle und Fülle«, DB mobil 12 / 2002

∗ Kein Markenartikel-Hersteller kann sich heute erlauben, in Sachen V. nachlässig zu sein. Denn V.en bedeuten Verkaufsförderung. Holger Reichardt, zitiert in PrintProcess 18 / 2002

∗ In Zukunft sollen uns mit Mikrochips ausgestattete V.en die notwendigen Produktinformationen auf einem am Einkaufswagen befestigten ▷ Bildschirm ausgeben und den ▷ Preis an die Registrierkasse funken, damit wir unseren Wagen nur noch daran vorbeizuschieben brauchen. Auch der Kühlschrank wird dank dieser Smart Labels über das Verfallsdatum und unsere Mikrowelle über die richtige Garzeit informiert, sodass sich eigentlich die Frage stellt, was Produkt und was V. ist. Ilona Koglin, »Wrap Around the World«, Page 11.2001

∗ Die V. muss produkteadäquat sein und darf keine Fehlassoziationen hervorrufen. Jürg Kaltenrieder, »Werbe-Lexikon«, www.directmarketing-support.ch

∗ Die V. darf nicht mehr versprechen, als der Inhalt wiedergeben kann. Sie soll den Inhalt nicht übertönen. Sie darf aber auch irritieren ... Manche V.en sind wunderschön. Sabine Schweckhorst

∗ In vielen Fällen die einzige Möglichkeit, um dem Produkt einen unverwechselbaren Charakter zu verleihen. PrintProcess 18 / 2002

∗ Am Ende im Regal ein Aufreiser. Eine Visitenkarte der Marke, ein Botschafter der Inhalte, ein Protector für Qualität und Ordnung. René Götzenbrugger

▷ CHRISTO, HÜLSE

▷ S. 1753

ENDLOSSCHLEIFE ∗ Da muß ich leider sofort an ▷ *Hotlines* denken. Juli Gudehus

▷ S. 770 und S. 2870

AUFREISSEN ∗ A. – rausschieben – reinbeißen. ein Werbeslogan für eine einzeln verpackte Minisalami namens Bifi, erdacht von Lintas, 1972

∗ Auch: ANREISSEN Im 15. / 16. Jh Bezeichnung für Skizzieren (Visierung), später das Zeichnen auf harten Gegenständen (Elfenbein, Glas, Holz oder Metall) mit Hilfe einer ▷ Radiernadel. P.W. Hartmann, »Das Kunstlexikon«, 1996

∗ Wenn innerhalb einer Druckfläche Stellen mit feinen Rasterpunkten sehr dünn gedruckt werden, so daß diese Punkte zum Teil gänzlich verschwinden, und statt zarter Farbnuancen nur noch das blanke Papier zu sehen ist, spricht man von a. Weil das Ähnlichkeit hat mit einer Wolkenschicht am Himmel, die jäh das grelle Sonnenlicht freigibt (aufreißt), stelle ich mir vor, daß der Begriff daher kommt. ▷ SPITZLICHTER Juli Gudehus

∗ Beim ▷ Falzen eines Papiers wird die ▷ Oberfläche der äußeren Seite gespannt und die innere Seite gestaucht. Diese Beanspruchung hat bei ▷ gestrichenen Papieren manchmal ein A. des Striches auf der äußeren Seite des Falzes zur Folge. Solange der Falz nur unbedruckte Stellen durchquert, ist diese Erscheinung soweit nicht sehr störend. Sobald aber bedruckte Stellen oder bedruckte Flächen davon betroffen sind, wird ein aufgebrochener Strich sichtbar. Eine Ursache des A.s kann eventuell in der falschen Laufrichtung des betreffenden Papiers liegen. Es kann jedoch auch sein, daß die Abstimmung der Werkzeuge auf das Papier nicht »stimmt«. www.gelberg.de

∗ Es kann aber auch möglich sein, daß die betreffenden Rillwerkzeuge beziehungsweise die Prägetiefe der Rillnute nicht auf die zu verarbeitende ▷ Papierqualität abgestimmt wurde. Grundsätzlich sollten gestrichene Papiere ab einem Gewicht von 100 g / m² aufwärts vor dem Falzen gerillt werden. Man sollte bereits bei der Planung und Gestaltung einer Drucksache darauf achten, daß der Falz möglichst nicht durch bedruckte Stellen führt. Es ist zu empfehlen, im voraus mit dem beabsichtigten Druckstoff Probefalzungen zu machen. Bei einer exakten Rillung sollte folgendes beachtet werden: – Dicke der Rillinie – Rillnutenbreite – Die Einstauchtiefe muß im entsprechenden Verhältnis zur Materialdicke stehen. web41.host04.de

▷ AUFREISSFADEN, AUFRISS, SCHATTENRISS, UMRISS, REISSBRETT, REISSPROBE, REISSZWECKE, REISSWOLF, REISSFEDER, REISSER, RISSE, VERREISSEN, REISSEN, AUSREISSEN

GESCHENKPAPIER ∗ Mit mehrfarbigem ▷ Streudruck ausgestattete Seidenpapiere und einseitig glatte / gestrichene Zellulosepapiere zum ▷ Verpacken von Geschenken (zum Beispiel Weihnachtspapier). »Papier-Glossar«, www.agentur-brennecke.de

∗ sagt mir viel über den Schenkenden, über die Art zu schenken, über die Wertschätzung des Beschenkten. Etta Nast

∗ Ist das Layout das Schleifchen um's G., die Zierde der Verpakkung, schmückendes Beiwerk der ▷ Information? Nein – das Layout ist der sachliche und emotionale Orientierungsrahmen für die Kommunikationsbotschaft, die das Medium übermitteln soll. www.einfallsreich-marketingkommunikation.de

▷ RODTSCHENKO, SCHENKEL, WERBEGESCHENK

WERBEGESCHENK ▷ S. 80

PRESENT ∗ Englisch = Geschenk. Von Friedrich K. Sallwey entworfene Schreibschrift, 1974 (Linotype). Juli Gudehus

∗ Kreativität ist ein Geschenk Gottes. Leni Riefenstahl, zitiert in »Why are you creative« von Hermann Vaske, 1999

∗ Was die Einbildungskraft für ein göttliches Geschenk ist. Johann Wolfgang von Goethe, »Die Leiden des jungen Werthers«, 1774

∗ Der liebe Gott ist nicht so lieb, daß er den Leuten, die keinen Inhalt haben, auch noch die Form schenkt. Alfred Hrdlicka, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

∗ Der Beginn einer Karriere ist ein Geschenk der Götter. Der Rest ist harte Arbeit. Fritzi Massary, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

∗ Der intuitive Geist ist ein heiliges Geschenk und der rationale Geist sein treuer Diener. Albert Einstein, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

∗ Je einfacher denken ist eine jute Jabe Jottes. Konrad Adenauer, Quelle und Jahr ließen sich leider nicht ermitteln

PRESENTER ▷ S. 2487

PRÄSENTER ∗ Von »Präsentation«; Aufsteller für Zwecke der Werbung und der Produktpräsentation. Kurt Bauer und Karl Giesriegl, »Druckwerke und Werbemittel leicht gemacht«, 2002

▷ S. 2487

PRÄSENTATION ∗ Übergabe eines Geschenks. Annette Hähnlein

∗ Meistens (▷ Gott sei Dank nicht immer) ein ▷ Synonym für SELBSTERNIEDRIGUNG. Holger Schmidhuber

∗ Die Stunde der Wahrheit, in der Werber ihrem Kunden die Früchte wochen- und nächtelanger Arbeit vorstellen und hoffen, dass der Kunde die Ideen versteht, würdigt und umsetzen will. ▷ VERKAUFEN / KAUFEN Oliver Oest, in »Werber-Vokabeln« im Rahmen des Junior-WebWerber Wettbewerbs, initiiert von infoRADIO Berlin (www.juniorwebwerber.de), 2000 / 2001

∗ Vorlage einer kompletten Werbekampagne beim Kunden, Erläuterung und Diskussion. Hannelore Kröter, »Berufe in der Werbung«, 1977

∗ Die P. findet beim Kunden in einem angemessenem Rahmen statt. Dabei ist es gang und gäbe, daß in P.s-Gesprächen Mitarbeiter verschiedener Abteilungen sitzen. Diese fühlen sich nicht selten aufgerufen, die vorgestellten Arbeiten gerade aus ihrer Sicht zu kommentieren, ohne die eigentlichen Briefing-Vorgaben zu kennen. Eine kurze Vorstellung des Briefings zu Beginn ist deshalb ratsam. Tobias Wandres und Christian Menzel, »Erfolgreiches Werben braucht klare Kommunikation«, wörkshop, Heft 4 Aug '93

∗ Gern geübte ▷ Praxis im P.s-Ritual ist auch das theatralische Verlesen der Fließtexte. Gundolf Meyer-Hentschel, »Alles was Sie schon immer über Werbung wissen wollten«, erschienen 1996

∗ Zur Bild-P. werden Fotos gerahmt oder auf Hartfaserplatten, Pappe und ähnliches aufgezogen. Zur Dia-P. gibt es schwarzen Fotokarton mit Ausschnitten in Größe des Diaformats. Michael Langford, »Enzyklopädie der Fotopraxis«, 1987

∗ Eine gute P. ist nicht von ▷ Pappe – und schon gar kein Pappenstiel! Gabriele Günder, »Page«, 10 / 01

∗ Eine spannende und überzeugende p. lebt durch effektvolle animationen, ▷ geschmackvollen text und zeichenfunktionen. bilder, *sound* und video unterstreichen ihre aussagen mit *powerpoint*. www.westphal-edv.de

∗ Aus P.en sind *Layouts*, *Storyboards* und spontane Skizzen nicht wegzudenken und für ihren Ausgang oft entscheidend. im Gesamtverzeichnis 2002 / 2003 des Verlag Hermann Schmidt Mainz

∗ Die Kunst der P. [ist] auch die Kunst der Täuschung: schlechtes Design läßt sich oft durch eine großartige P. gut verkaufen. Wenn man sich ein schlechtes Design ansieht, kann man daraus schließen: »Es muß eine tolle P. gehabt haben!« Ich persönlich mache nie P.en. Normalerweise schicke ich's mit der Post. Paul Rand, im Interview in Artograph, Heft 6, 1988

∗ Nach erfolgter P. der Entwürfe ist das Entwurfshonorar fällig – unabhängig davon, ob es zur Nutzung eines Entwurfs kommt oder nicht. Tobias Wandres und Christian Menzel, »Erfolgreiches Werben braucht klare Kommunikation«, wörkshop, Heft 4 Aug '93

PRÄSENTATIONSENTWURF ∗ Endgültige Entwurfsvorlage, welche dem Kunden vorgelegt wird, wie die Printsache als fertige Drucksache aussehen wird. Sigrid Gross, »Lexikon der Typografie«, http://www.typografiker.de / pdf / typografie_glossar.pdf

∗ Dieser kann auf dicke schwarze Kartons aufgezogen werden, damit er schön edel wirkt und den Kunden überzeugt, dass dieser Entwurf genau das Richtige für ihn sei. Kann aber auch so ein zusammengeklebtes Ding sein, das möglichst nahe ans Endprodukt kommen sollte. Roman Brändle

∗ Der Grund für eine hoffnungslos vollgestopfte Festplatte und große Ratlosigkeit vor dem *Meeting*, gepaart mit Panik, grenzenloser Agression und Schuldzuweisungsgedanken:
/ kunde / job / präse.*
/ kunde / job / präse_version1.*
/ kunde / job / präse_version2.*
/ kunde / job / präse_aktuelle_version.*
/ kunde / job / präse_final_version.*
/ kunde / job / präse_ultimative_version.*
/ kunde / job / präse_last_version.*
... Susanne Mattheus

PRÄSENTATIONSREIF ▷ S. 825

PRÄSENTATIONSGRAFIK ▷ S. 861

PRÄSENTIEREN ∗ Synonym auch: VORLEGEN. Das Zeigen einer ▷ Arbeit. Das überlassen manche Gestalter gern ▷ Kontaktern, wenn sie das Rampenlicht oder den Konflikt scheuen oder Arbeitsteiligkeit bevorzugen. Andere machen es gerade gern, denn in dem begleitenden oder darauffolgenden ▷ Gespräch werden für Konzept und ▷ Gestaltung wesentliche Aspekte erörtert. Juli Gudehus

∗ Derjenige, der [ein] Konzept entwickelt hat, sollte es auch p., denn er steckt im Thema – und das spürt der Auftraggeber. Klaus Schmidbauer, »Das Kommunikationskonzept – Konzepte entwickeln und präsentieren«, 2004

∗ Den ersten Entwürfen muß die Überlegung des Designers vorausgehen, wie er das ihm gegebene Material wirkungsvoll und dem Auftrag gemäß p. soll. Dabei hat er drei Möglichkeiten: eine rein typographische Präsentation, eine vom Bild bestimmte Lösungund eine Kombination beider Möglichkeiten: Schrift und Bild in ausgewogener Balance neben- und miteinander. »DuMont's Handbuch für Künstler«, Hrsg. Stan Smith und Ten Holt, 1986

∗ Gerade in einer ▷ Kombination aus eigener ▷ *Homepage* und der Präsenz in übergreifenden ▷ Datenbanken mit allen Möglichkeiten des Verweises (*Links*) auf die eigene *Homepage* sehe ich für die Zukunft eine gute *Chance*, sich als ▷ *Designer* im *Internet* sinnvoll zu p. Dieter Kahl, »Portfoliopräsentation«, in »Designers' Manual. Basiswissen für selbständige Designer«, 2000, Hrsg. Wolfgang Maaßen

∗ ist viel, aber nicht alles. Maja Schulte-Vogelheim

VERGEBEN ∗ tun Auftraggeber, die darum auch so heißen: sie v. Aufträge, und zwar an Personen oder Agenturen, die sie für fähig halten, diese auszuführen. Der zweite Teil des Wortes, -geben, ist in seiner Bedeutung geheimnislos: dem »geben« = Aushändigen, Schenken oder feierlichen Überreichen von Gegenständen entspricht hier im übertragenen Sinn in etwa das Aushändigen, Schenken oder feierlichen Überreichen eines Auftrages. Der erste Teil des Wortes, *ver*-bleibt jedoch in seiner Bedeutung im Dunkeln und eröffnet damit Raum für wilde Interpretationen. Eine Überlegung: sich *ver*tun = sich irren, ein *Ver*sehen = ein Fehler, etwas *ver*suchen = (noch) nicht (wirklich) können. Demnach v. = nicht sicher sein, ob man wirklich geben will? ... fälschlich jemandem etwas geben (statt einem anderen) ... das Falsche geben? Juli Gudehus

∗ Eine Tätigkeit, die großer Sorgfalt bedarf. Vor dem V. kommt das Auswählen, Angebote werden eingeholt, ▷ Kosten, Termine und Qualität verglichen und das für den Kunden optimalste ausgewählt. Und dann wird der Auftrag an den Lieferanten (Verlag, Druckerei, Fotograf, Grafiker etcetera) v. Auch hier denke ich, sollte man Lieferanten, die nicht den Zuschlag bekommen, informieren. Wir wollen von unseren ▷ Kunden ja auch ein Feedback, ob das Geschäft zustande kommt. Wird ein Auftrag v., ist man auf der sicheren Seite, wenn die Leistungen möglichst genau definiert werden. Denn dann können mögliche Reklamationen genau bearbeitet werden. Nadine Hartmann

∗ *Etwas, worüber man als Angebot, Auftrag oder ähnliches verfügt, an jemanden geben, ihm übertragen*: eine Stelle, einen Auftrag, eine Lizenz v.; die Stifung hat drei Stipendien zu v.; es sind noch einige Eintrittskarten zu v.; heute wurde der Friedensnobelpreis v.; der Ärztetag wurde nach Hamburg v.; ich bin Samstag schon v. *(habe schon etwas vor)*; Ihre Tochter sind alle schon v. *(verlobt oder verheiratet)*; das ist doch v.e (seltener; *vergebliche*) Mühe. »Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 6 Bänden«, 1981

∗ Die deutschen PR- und Werbekunden – so scheint es – v. nicht mehr gern komplette ▷ Etats. Immer weniger Kunden lassen sich auf einen festen Vertrag mit einer Agentur ein, die dann auf Dauer das gesamte Kommunikationsgeschäft abwickelt. Klaus Schmidbauer, »Das Kommunikationskonzept – Konzepte entwickeln und präsentieren«, 2004

∗ Die [...] ▷ Eignungsprüfung [ist] an vielen Schulen der ▷ eigentliche ▷ Gradmesser für die Vergabe der [Studien]plätze. www.mythos-mappe.de

∗ Vergib ihnen, denn sie ▷ wissen nicht was sie ▷ tun. Jesus, in der Bibel, Lukas. 23, Jahr leider nicht zu ermitteln

▷ GIVE-AWAY

VORGABEN ∗ Vor- und Nachbreite geben die ▷ Laufweite vor. Michael Knödel, »Fachlexikon Mediengestalter«, www.mknoedel.de

∗ Welches Papierformat verwendet wird, ist [...] häufig bereits vorgegeben – oft DIN- oder US-Formate. Michael Bundscherer, typolis.de

∗ Korrekte V. bedeuten Zeitersparnis und Konsistenz bei der Arbeit. Samuel Hügli, »QuarkXPress 4«, 2003

∗ Es hilft [...] nichts, daß der TV-Producer bei den Aufnahmen von der Lüneburger Heide bis an den Strand von Waikiki dabei ist, wenn die konzeptionellen V. nicht stimmen und die psychologischen und kreativen Probleme der ▷ Werbefilmherstellung nicht vorher bewältigt wurden. H. Kröter, »Berufe in der Werbung«, 1977

∗ Wir bekommen meistens eine abstrakte Vorgabe. Die Konkretisierung und ▷ Umsetzung ist ganz uns überlassen Annabella Wissing

∗ Sehr hilfreich finde ich V. des ▷ Auftraggebers, die sich auf Inhaltliches und ▷ Rahmenumstände ▷ beziehen: ▷ Budget, Terminplan, Atmosphäre, ▷ Zielgruppen, Kommunikationsebene etcetera. Fehlen solche V., so gerät man zuweilen ganz schön ins Schwimmen. Macht der Auftraggeber solche V. nicht aus eigenem Antrieb, so frage ich danach. Gibt es noch keine Antworten, so bin ich dabei behilflich, diese Antworten zu finden, bevor ich mit meiner Arbeit beginne. Alles andere halte ich für gefährlich. Hinderlich finde ich V., die das ▷ Ergebnis in einer Weise betreffen, daß viele gute ▷ Lösungen, die man zu Beginn der Arbeit noch nicht kennen kann, bereits unmöglich macht: eine ▷ Broschüre soll es sein, auf jeden Fall bitte Blau, Format Din-A-4, schöne ▷ Fotos auch ... vielleicht wären ▷ Illustrationen treffender gewesen? blau zu kühl? und überhaupt eine Broschüre, und das auch noch in Din-A-4, zu konventionell? Wenn immer es sich einrichten läßt, versuche ich derartige V. dem Auftraggeber schon gleich zu Beginn der Zusammenarbeit auszureden. Juli Gudehus

∗ Nur Idioten glauben, daß sie von allen V. frei sein müssen, um schöpferisch zu sein. Jeder Kreative weiß, wie notwendig die Anlehnung an überkommene Gesetze und Regeln ist. Renzo Piano, zitiert von Kurt Weidemann in »Wo der Buchstabe das Wort führt«, 1995

∗ Jeder Designer muß V. akzeptieren. Aber er befindet sich zum Auftraggeber in einer Wechselbeziehung und er kann, er muß sich immer auch fragen, wie er die V. »beseelen« kann. Hans Peter Hoch, in »Hans Peter Hoch«, High Quality, Heft 3, 3/1985 – hiermit wärmstens empfohlen!

BEGABUNG ∗ ist eine oder vielmehr *die* Zugangsvoraussetzung für Studiengänge wie Design, Kunst, Musik, Architektur etcetera. Bei besonderer B. kann auf den Nachweis eines Hochschul- oder Fachhochschulabschlusses verzichtet werden. ▷ MAPPE, TALENT, GENIE Juli Gudehus

∗ »Ob ▷ Geschmack als B. nicht eben so selten sei, wie ▷ Genie« meinten Sie einmal. Sie haben abgründig recht! Emil Rudolf Weiß, »Das Buch als Gegenstand«, ein offener Brief an Moritz Heimann, Verlagslektor von S. Fischer, 1925, abgedruckt in »100 Jahre S. Fischer Verlag 1886–1986. Buchumschläge. Über Bücher und ihre äußere Gestalt« von Friedrich Pfäfflin

∗ In der Kindheit ist die ▷ kreative B. zumeist am größten, später wird sie zunehmend verdrängt. http://www.kreativ-sein.de, Copyright der Website Martina Schwarz-Geschka, Eva Weinmann

∗ hängt halb vom ▷ Talent und halb vom ▷ Lernen ab. besagt ein chinesisches Sprichwort

∗ Deine B. kann dich zu künstlerischen Qualitäten führen, aber als Beruf ausgeübt, ist sie eine Dienstleistung. Kurt Weidemann, zitiert im Gesamtverzeichnis 2002/2003 des Verlag Hermann Schmidt Mainz

∗ Die (wie auch immer geartete) B. wird auf vielerlei ▷ Art im Spannungsfeld zwischen Auftragszwängen und Gestaltungsmöglichkeiten strapaziert, aber auch provoziert. Manche B. flüchtet sich dann in die ▷ formalistische Manier, andere verstecken sich in manchmal sogar zynischer Routine, wieder andere B.en verweigern sich nach einer Weile und ... sind keine mehr. High Quality, Heft 9, Ausgabe 1/1987 – hiermit wärmstens empfohlen!

∗ Gott vergib mir das schlechte Bild [...], es steckt so viel in mir. Sei nur traurig mit mir, dass ich [als Witz-Blatt-Zeichner] mein Geld verdienen muss, anstatt mit Holz hacken oder sonst einem ehrlichen Gewerbe, das nicht die B. in einem schändet. Lyonel Feininger, in einem Brief an seine Frau Julia, 1905

∗ Brauchbarkeit wiegt schwerer als B., vielleicht nicht vor Gott, aber vor dem Personalchef. Ludwig Marcuse, »Argumente und Rezepte. Ein Wörter-Buch für Zeitgenossen«, erschienen 1967

▷ STIL

FARBGEBUNG ∗ Andere Bezeichnung für KOLORIT. b-treude.de

∗ Kolorieren [ist] schwierig, egal mit welchem Material. Nicht nur, weil man ziemlich ▷ genau arbeiten muss, sondern auch, weil man nirgendwo so schön ▷ danebenliegen kann, wie bei der F. www.comic.de

∗ Es gibt selten die perfekte F. Oft ist es schwierig sich zu entscheiden, gerade durch die vielen Möglichkeiten heutzutage. Man kann ja nahezu jede Farbe generieren. Ich arbeite lieber mit reduzierten Mitteln, das ist auch eine gestalterische Herausforderung. Bei meinen Bildern habe ich mit weiß, schwarz, rot und einigen Brauntönen begonnen und mich nur langsam anderen Farben zugewandt. Das begann eigentlich erst als wir in die Siebdruckwerkstätten konnten, da gab es Farben in Hülle und Fülle, herrlich. Durch die ersten Serigrafie-Serien habe ich dann langsam ein Gefühl für verschiedene Farbkombinationen bekommen und viel experimentiert. Nach und nach wurden dann auch meine Leinwände farbiger. Sebastian Fäth

∗ Die F. ist [beim Internetdesign] limitiert. Ralf Turtschi, »Screendesign: Kreativität in engen Grenzen«, www.art-fact.at

∗ Kreide und Pastell erlauben einen sehr zarten und weichen Farbauftrag, aber auch eine kräftig dominante F. http://www.kunst-kreativ.de/roetel.htm

∗ RAL-Farben [...] sind der Maßstab für F. www.treffpunkt-fenster.de

∗ Pantone, hks, rgb, cmyk, icc-profile – farbmanagement ... und immer wieder hoffen, es wird schon gut gehen! schließlich sehen die *proofs* ja gut aus ... »aber was ist, wenn ...« interessant auch die frage, ab wann ist dunkelgrau schwarz? (vom empfinden, nicht mit der photoshop-pinpette!) f. kann zur x-akte werden, wenn man überlegt, wie wohl eine farbe aussehen könnte, die es noch nie gegeben hat! Thomas Bücker

∗ Seit längerem ▷ empfinden es viele Leute als chic ihre Wohnung in ihre Lieblingsfarbe zu tauchen und benutzen dabei die für mich so gruselige »Schwämmchentechnik«. Dies geschieht häufig mit Orangetönen, die dann im Baumarkt von den Wandfarbenherstellern mit so schönen Namen wie umbra, apricot oder terrakotta getarnt werden. Ich habe schon Wohnungen gesehen, da hatte man, weil in irgendeinem Klatschblatt gelesen – blau beruhigt – das komplette mit blauem Teppichboden ausgelegte Schlafzimmer inklusive Decke blau gestrichen. Antje Breuers

∗ Der Scherenschnitt [...] ist eine der ältesten Volkskünste Chinas. [...] Jede Provinz hat ihren bestimmten Stil und ihre spezifische Farbgebung. www.rizzi24.com

∗ Jedes Jahrzehnt hat ein eigenes Farbklima. Dieses wird kollektiv erinnert und schlägt sich in den jeweiligen Produkten nieder. Diese F. wird dann vom darauf folgenden Jahrzehnt voller Verachtung betrachtet. Katja Grubitzsch

∗ Farbdesigner mit eidg. Fachausweis setzen sich mit den charakteristischen F.en von Epochen auseinander, von der Antike bis zur Gegenwart. www.berufsberatung.ch, 15.10.2003

FORMGEBUNG ∗ ist nicht bloß Idealisierung, doch die Ästhetik ist aus ihr nicht wegzudenken. Walter Nikkels, »Der Raum des Buches«, 1998

∗ Ist von »Form« oder »Gestalt« die Rede, so ▷ meinen wir die gute Gestalt, die nützliche und schöne Form; Form im Gegensatz zum Ungeformten, Gestalt im Gegensatz zum Ungestalteten. Das Wort »F.« bezeichnet einen gestaltenden Akt. Sein Ergebnis: die zugleich nützliche und schöne Form des Erzeugnisses. [...] In gewissem Sinne ist jede gestaltende Tätigkeit »F.« und jede gestaltende Tätigkeit, die ein Massenerzeugnis zum Ziele hat, »industrielle F.«. So fehlt es nicht an Stimmen, die sich gegen alle ▷ Versuche wenden, Grenzen zu ziehen oder bestimmte Gebiete auszuklammern. Das mag nun jeder halten, wie er will. ▷ Sicher ist, daß in der deutschen ▷ Praxis einmal unterschieden wird zwischen handwerklicher F. (für das Einzelstück und die kleine Serie) und industrieller F. (für das Mengenerzeugnis). Werner Graeff, »Über Formgebung«, in: »Informationsschrift 2«, 1960

∗ Für die Werbeagentur ist die F. sicher ein reizvoller Arbeitsbereich. Sie wird aber eher auf freie *Formgeber* zugehen als selbst ein F.s-Studio unter Dampf halten. Hannelore Kröter, »Berufe in der Werbung«, 1977

∗ 1994 von Henning Krause gegründetes Berliner ▷ Designbüro, das auf ▷ Schriftentwurf und ▷ Corporate-Design-Strategien spezialisiert ist. im Programmheft der »Typo Berlin 2002«, 7. Internationale Designkonferenz

▷ RAT FÜR FORMGEBUNG

EINGEBUNG ∗ An diesem Begriff gefällt mir, daß es sich um etwas zu handeln scheint, das nicht in der eigenen Macht und Reichweite liegt, und, mehr noch als der ▷ Einfall, der einem von irgendwoher irgendwie in den Kopf gestolpert kommt, scheint sie einem von jemandem (von wem? vom Schöpfer aller Dinge?) gegeben zu sein, freundlich überreicht wie ein Geschenk. Juli Gudehus

▷ S. 2294

EINGABE ∗ Vorgang, bei dem ▷ Daten an einen ▷ Computer übergeben werden. Alfons Oebbeke, www.glossar.de

FREIGABE ∗ Markieren eines Kassageschäfts für die Weiterverarbeitung (im Rahmen des Settlement-Netting). Geschäfte werden freigegeben, wenn es keine Abwicklungsbeschränkungen auf Kundenebene gibt. www.eurexchange.com

▷ S. 1914

WIEDERGABE ∗ Ist das Ziel eine möglichst natürliche W. des Motivs, so sollte man den Dreh am Filter im richtigen Moment stoppen! www.fotoforum.de

∗ Die W. leuchtender Farben ist mit den Eurofarben nur bedingt möglich, da sie durch die Mischung unrein wirken. Götz Morgenschweis, http://typo.goemo.de

∗ Bei der Strich-W. kann jeder Bildpunkt nur den Wert Schwarz oder Weiss annehmen. Zwischentöne sind nicht möglich. Neben Strichvorlagen können auch Halbtonmotive als Strichabbildung wiedergegeben werden. Dabei erscheinen alle Helligkeitsstufen unterhalb eines gewissen Wertes schwarz, alle helleren Töne hingegen weiss. Für die Strich-W. kommen nur Lithfilme oder Dokumentenfilme in Frage. Die [∞] Strich-W. von Halbtonmotiven kann auch in gestalterischer Absicht verwendet werden, da sich eine betont grafische Bildwirkung ergibt. Die Strich-W. ist v. a. bei der Reproduktion von Zeichnungen, Radierungen, ▷ Holzdrucken und anderen Werken ohne Grautöne üblich. [...] Tonwert-W. [nennt sich die] Art und Weise, in der ein Filmmaterial Farben in Grauwerte umsetzt. Panchromatische Filme bilden die Farben entsprechend dem Helligkeitseindruck des menschl. Auges ab, was man als natürliche Tonwert-W. bezeichnet. Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

∗ Für die W. in einem konventionellen Druckverfahren müssen echte Halbtöne durch Rasterung in unechte Halbtöne (Rastertonwerte) umgesetzt werden. www.web-experiences.de

∗ Je höher Sie die ▷ Rasterweite wählen, desto [detailreicher erfolgt] die W. des Bildes. Hermann Bauer, »Workshop. Photoshop 3.0, Perfekte Ausgabe«, in Macwelt, Ausgabe 7/95

∗ Die W. von ▷ Rasterpunkten und von ▷ Flächen ist abhänig von der »Ebenheit« des Papiers. www.arnold-print.de

∗ Beim Vergrössern erzielt man eine negative W. durch Umkopieren eines Negatives auf Filmmaterial, wodurch ein Diapositiv entsteht, das auf Papier vergrössert wird. Adrian Bircher, »Laborlexikon«, www.fotoline.ch, 1995

∗ Schrift ist nicht nur optische Sprach-W. Leopold Nettelhorst, »Schrift muss passen. Schriftwahl und Schriftausdruck in der Werbung«, Handbuch für die Gestaltungsarbeit an Werbemitteln, 1959

▷ REPRODUKTION

▷ WIEDERERKENNUNGSWERT, WIEDERHOLUNG, WIEDERBELEBUNG, NICHT WIEDER ANZEIGEN, WIEDERHERSTELLEN, WIEDER GANZ VON VORNE ANFANGEN

ÜBERGABE ∗ Der Fotograf übergibt seine Fotografien in der Regel für die kommerzielle Nutzung dem Auftraggeber, Arbeitgeber, einer Bildagentur, Galerie etcetera und erhält im Gegenzug ein Honorar, einen Lohn oder eine Provision. Diese Ü. beinhaltet stets auch die Ü. bestimmter Nutzungsrechte; es findet also eine Lizenzierung über bestimmte Verwertungsformen statt. Von besonderer Bedeutung ist dies immer hinsichtlich der zukünftigen Zweitverwertung der Fotografien. Philippe Perreaux und Stefanie Haab, »Urheberrecht Glossar«, www.vfgonline.ch, 19.6.2006

∗ In einer Mappe übergibt man dem Kunden ein Angebot, Informations- und Präsentationsmaterial sowie sonstige Unterlagen, die für eine Zusammenarbeit wichtig sind. »der agenturkalkulator« 04/2005, MaXx Print

▷ S. 2028 und S. 2143

BESCHNITTZUGABE ▷ S. 1351

HINGABE ▷ S. 193

ANGABE ∗ Kontrollieren Sie vor der Druckfreigabe sehr sorgfältig alle A.n auf ihre Richtigkeit! »Das Sekretärinnen-Handbuch«, 2004

∗ Der Preis eines Layout Designs kann erst nach genauen A.n und Vorgaben getroffen werden. Mehdi Ayed, www.filedesign.com

∗ Die A. der Tonwerte erfolgt in Prozent. www.blockfabrik.ch

∗ Die A. [des ▷ Abbildungsmaßstabs] erfolgt im Allgemeinen in Prozent. www.ddbj.de

∗ Gängige A.n [der ▷ Rasterweite] sind l/cm [...] und ▷ lpi. www.heidelberg.com

∗ Die A. [der Brennweite] in mm steht auf dem Objektiv einer Kamera. www.ptv-gmbh.de

∗ Die A. der [▷ Filmempfindlichkeit] als ▷ Grundlage der Belichtungsrechnung erfolgt in genormten ▷ Maßeinheiten wie DIN oder ASA, die in der ISO-Angabe vereinigt sind. Bernd Ratfisch, www.fotosander.de/download/sonstige/FotoSanderLexikon.pdf

∗ Die Verarbeitung von Fotopapieren [...] erfolgt am besten nach genauen A.n des Herstellers. Hugo Schöttle, »DuMont's Lexikon der Fotografie«, 1978

∗ A.n [des Schriftgrads erfolgen] meistens in Punkt, 36 pt = 1,27 cm = 1/2 Zoll). Frank Oemig, »Wissensbasierte Textverarbeitung: Schriftsatz und Typographie«, oemig.de

∗ Da Schriften Ober-, Mittel- und Unterlängen aufweisen, deren Proportionen sich von Schrift zu Schrift unterscheiden, sind Schriftgrößen-A.n relativ. Sie können auf der Kegelgröße (Bleisatz), der Versalhöhe oder der Vertikalhöhe beruhen. www.webdesign-firmenich.de

∗ Bei der A. des Formates wird grundsätzlich die waagerechte Länge (»Breite«) und dann die senkrechte ▷ Länge (»Höhe«) angegeben. Beispiel für eine ▷ Formatangabe: 29,7×21 Zentimeter. www.ddbj.de

∗ Bei Zeit-A.n werden die Minuten von den Stunden durch einen Punkt abgetrennt oder hochgestellt. »Satz-Fibel von Lehrlingen für Lehrlinge« – Original 1933, Hrsg. (Buch)-Druckerei Carl Bockfeld, http://home.snafu.de/geya/fibel.htm

∗ Zeit-A.n für Gestalter haben meist so einen Geheimcode mit dem Faktor Zehntel. Thomas Fischer-Stumm

∗ Wer [in der Werbung] unwahre A.n macht oder unrichtige oder nicht vollständige A.n, der kann auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch genommen werden. praxishandbuch-werbung.de

▷ EIGENLOB, AUSZEICHNUNG, MARKIERUNG

ABGABE ∗ Allgemein jede dauernde ▷ Leistung, sie möge bedungen oder auferlegt sein. Es gibt sonach Privat-A.n, Lehnsund grundherrliche, Gemeinde-, Korporations- und Staats-A. oder Steuern. »Meyers Konversationslexikon«, 1888 bis 1890

∗ Kann das Abgeben vom mühsam verdienten Geld an den Staat bedeuten oder das Abgeben einer Arbeit in der Schule oder der Universität. Das letzte ist oft mit einer A.-Frist oder einem Einsendeschluss versehen. Dies bedeutet, bis zum Ende dieser Frist muss eine bestimmte Aufgabe erledigt sein und dann abgegeben werden. Wird die Aufgabe nicht rechtzeitig fertig oder trifft das zur A. verlangte Material nicht rechtzeitig am A.-

Ort ein, kann dies unangenehme Konsequenzen für die abgebende Person haben. Diese reichen von Mahngebüren bis zum Ende einer geplanten Karriere. Dem Termin der A. sieht die a.-gewillte Person mit Grausen entgegen, die letzten Tage vorher müssen die Nächte durchgearbeitet werden und man ist mit den Nerven am ▷ Ende. (Siehe auch: Mappen-A., A. der Semesteraufgabe). Kürzlich forderte zum Beispiel die Designerin Juli Gudehus verschiedene Personen dazu auf, sich Gedanken über Wörter zumachen, die sie diesen Personen zukommen ließ. Für die A. der schriftlichen Ergüsse setzte sie keinen konkreten A.-Termin, machte den betroffenden Personen, die noch nicht abgegeben hatten, aber immer wieder in Emails ein schlechtes Gewissen. Nele Förster

* Bei diesem Wort kriegt man schulische Beklemmungen. Ich muß an Fachreferate denken, die in 2 T fertig sein müssen. Und an Prüfungen, wo die Autoritätsperson vorne ABGABE ruft, wenn man grade erst eine geistige Offenbarung hatte, die alles vorhergeschriebene sinnlos macht. Und an meine Geschwister, die es niemals jemals geschafft haben die Bücher die sie aus irgendwelchen Bibliotheken ausgeliehen haben, pünktlich zum A.-Termin zurückzugeben. Und an Staffelläufe. Früher im sommerlichen Sportunterricht. Das Rennen war einfach, wenn man aber danebengegriffen hat, dann ist die diestägliche Beliebtheitsfackel ins Wasser gefallen, genau wie dieser Holzstab auf auf den roten rauhen Gummiboden. Ich finde A. ist ein Wort dass einen sofort nach der Aussprache unter Druck setzt. (Liebe Juli Gudehus, wenn Sie unter ihre nette email auch einen A.-Termin geschrieben hätten, dann hätten sie bestimmt schon früher von mir gehört. So hab ich jetzt aber die 4 Wo ganz genutzt, um sie beinahe zu vergessen, die Wörter, bis grade eben.) Anna Grath
* Versuche deine A.-Termine immer einzuhalten. Ein unzuverlässiger Künstler / Zeichner verliert schnell seine Auftragsgeber. Für Immer!!! »Wie bewerbe ich mich richtig?«, www.millus.de – Alle Angaben ohne Gewähr
* Illusionen abgeben … die Freiheit abgeben … eine ▷ Aufgabe abgeben … zu ▷ spät abgeben … nie abgeben … ▷ Mut abgeben … nichts abgeben … sich selbst abgeben … Rechte abgeben … einen Job abgeben … Mühl abgeben … sich weigern abzugeben … einen Scheißdreck abgeben … ein ▷ Lachen abgeben … einen Kommentar abgeben … eine ▷ Zigarette abgeben … das beste abgeben … ▷ Steuern abgeben … ein ▷ Signal abgeben … Grenzen abgeben … Gedanken abgeben … einen ▷ Befehl abgeben … unter Tränen abgeben … versehentlich abgeben … seinen Glauben abgeben … ▷ gelassenes abgeben … eine Fälschung abgeben … ein letztes Röcheln abgeben … warum eigentlich? Achim Müseler

▷ OUTPUT
▷ ROYALTY-ABGABE
▷ S. 2079

AUSGABE ▷ S. 243

AUFGABE * *(Job)* Die Vorgabe, bestimmte Programmschritte durchzuführen. www.elektroniknet.de

* Das, was zu lösen man noch vor sich hat und was einen nach möglicherweise ergebnislosem ▷ Mühen hoffentlich nicht zu selbiger zwingt. Juli Gudehus
* Ich glaube immer noch daran, daß das eigentlich die A. der Fotografie ist, daß dafür das Fotografieren mal erfunden worden ist, daß man mit der Kamera durch die Welt geht und sich überraschen und beeindrucken läßt. Thomas Höpker, im Interview mit Claus Heinrich Meyer, High Quality, Heft 13, 1 / 1989 – hiermit wärmstens empfohlen!
* Eine der A.n von Fotografie besteht darin, ihre Zeit zu dokumentieren. Auffassung der Initiatoren des Förderprogramms »mosaique« des Centre national de l'audiovisuel, Luxemburg (CNA), zitiert in photography now 4.02
* Nicht den Text zu wiederholen, ein neues Licht auf ihn zu werfen, ist die A. der Illustration. Hans Magnus Enzensberger, zitiert von Rotraut Susanne Berner, »Kinderliteratur im Gespräch. Zu Gast: Rotraut Susanne Berner (3.2.2004)«, Lesezeichen. Mitteilungen des Lesezentrums der Pädagogischen Hochschule Heidelberg. Heft 15 / 2004
* Illustration [kann] im wesentlichen drei A.n erfüllen […]: sie kann darstellen, sie kann interpretieren, sie kann ausschmükken und dabei sich entweder auf die eine oder andere Funktion beschränken oder allen drei Anforderungen nachkommen. […] Illustrieren wird häufig als eine A. angesehen, die die künstlerischen Möglichkeiten einschränkt. Jedoch liegt es gelegentlich weniger am Text als am Illustrator, wenn dieser von seinen Möglichkeiten keinen rechten Gebrauch zu machen weiß. Hans Hillmann, »Illustration«, in »Visuelle Kommunikation«, 1989, Hrsg. A. Stankowski und K. Duschek
* [Der] Grafik-Designer] findet seine A.n überall dort, wo es darum geht, kommunikative Aussagen zu gestalten und in visuell wahrnehmbare Form zu bringen. Die A.n-Gebiete des Grafik-Designers erstrecken sich deshalb über weite Bereiche des wirtsch., kulturellen, politischen und privaten Lebens. Anja Preusker, »Ein Handbuch für Business im Grafik-Design«, 1996
* Die A., etwas visuell darzustellen, schließt auch mit ein, daß die Objekte und Funktionen, die ins Bild übersetzt werden sollen, vom Gestalter erlernt und verstanden sind. Anton Stankowski, »gepackt verpackt«, High Quality, Heft 1, 1 / 1985 – hiermit wärmstens empfohlen!
* Die zeitgemäße Stilentwicklung ist die A. des Reklamekünstlers, statt sich in den realistischen Darstellungen vergangener Perioden zu verlieren und zu versuchen, die Stile und Werte früherer Zeiten zu erreichen, die doch unerreichbar für uns bleiben, da wir in einem anderen Zeitalter leben und anders empfinden. Joseph Binder, in einem Artikel im »American Magazine of Art«, 1936
* Die Entwicklung und das Design von Schriften gehören sicher zu den spannendsten und anspruchsvollsten A.n, denn die Schrift bildet die Basis eines guten Layouts. www.entwickler.com
* Eine spannende A. für jeden ▷ Kreativen ist der gestalterische Umgang mit Karton. in dem Prospekt »P2« von Papier Union, Winter 2002
* Alle Gestalter kennen auch Löcher, in die man fällt, in denen man nicht mehr weiter weiss, man sich ausgebrannt fühlt. Solche Gemütszustände zu erkennen, zuzulassen und aus ihnen wieder herauszufinden, ist mitunter eine der schwierigen A.n der Selbsterkennung. Ralf Turtschi, »Wie nötig ist die Skizze?«, www.publisher.ch
* Meine wichtigste A. ist meines Erachtens, Konzeptionen zu erarbeiten. James Cross, im Interview, High Quality, Heft 1, 1 / 1985 – hiermit wärmstens empfohlen!
* Jedes Corporate Design wirkt nur über einen bestimmten Zeitraum, bedarf Kontinuität, aber auch Flexibilität. Es wird nur akzeptiert, wenn es den Sehgewohnheiten, den visuellen Trends seiner Zeit entspricht. Unsere A. sehen wir darin, Marken zeitgemäß darzustellen, dabei aber den stabilen Markenkern zu erhalten. Nur so haben sie die Chance, glaubwürdig und selbstähnlich zu erscheinen. www.nitschdesign.de
* Die Gestaltung eines Corporate Designs ist keine einmalige, sondern ein ständig fortlaufende A. für den Gestalter. »Was ist Corporate Design – Definition und Erläuterung«, www.grafik-illustration.de
* Jede A. muß man von vorn beginnen. Leopold Nettelhorst, »Schrift muss passen. Schriftwahl und Schriftausdruck in der Werbung«, Handbuch für die Gestaltungsarbeit an Werbemitteln, 1959
* des Designers ist, Dinge neu zu sehen und neue Zielvorgaben zu entwickeln. Gernot Tscherteu, www.realitylab.at, 1993
* Es gibt immer einen Kern, eine ▷ Perspektive, die man herausstellen kann. Es ist deine A. als Designer, sie zu finden. Cyrill Gutsch, zitiert von Claudia Gerdes in »Leute, Leute«, Page 11.2001
* Bitte auch nicht vergessen, zu prüfen, ob die A. richtig gestellt ist. Vielleicht muss man sie neu formulieren, vielleicht muss man tiefer graben, vielleicht ein Problem erst mal ignorieren, um später auf eine interessantere Idee zu seiner Lösung zu kommen. Ulrich Leschak, »Nichts ist leichter, als eine gute Idee zu haben!«, www.galileodesign.de
* Die A. eines Designers wird von Außenstehenden und Branchenfremden oft missdeutet und daher unterschätzt. […] Viele dieser Branchenfremden sind Auftraggeber, in deren Köpfen oftmals noch das Bild vorherrscht vom Gestalter, der als ätherischer Schöngeist in Farbkompositionen schwelgt. Es ist unsere ganz eigene A., diesen Kunden begreifbar zu machen, was ein Designer heutzutage im Beruf alles leistet: Designer sind Übersetzer und Berater, sie schaffen neue Strukturen oder optimieren diese. Sie konzeptionieren, sie klären Zusammenhänge, sie sind Vermittler. Ihr Werkzeug ist die visuelle Kommunikation. Es liegt in der Verantwortung des Designers, diese Sprache den Menschen zugänglich zu machen. Ulrike Damm, zitiert von Juliane Zielonka, »Ulrike Damm – vermittelte 'Erfahrungen aus dem Designalltag'«, Wasserträger 10–04
* Ich glaube nicht, daß es viele Redakteure gibt, die mir die A.n geben würden, die ich mir selbst stellen will. Ernst Haas, »Seit 60 Jahren lerne ich sehen«, www.fotospeed.at
* Wer sich zu groß fühlt, um kleine A.n zu erfüllen, ist zu klein, um mit großen A.n betraut zu werden. Jacques Tati, Quelle und Jahr ließen sich leider beim besten Willen nicht ermitteln
* Die Schwierigkeit des Gestaltens besteht in der Lösung profaner A.n. www.derdiedas.de
* Die Tatsache, daß ▷ Grafiker die Möglichkeit haben, A.n der Druckvorstufe zu übernehmen, bedeutet nicht, daß sie unbedingt die Verantwortung übernehmen müssen. Desktop-Publishing hat zwar den A.n-Bereich des Grafikers vergrößert, doch wenn die A.n der Druckvorstufe den Fachleuten überlassen werden, hat das den Vorteil, daß sie ihre professionelle Erfahrung in diesem Bereich einbringen und die professionellen Designer mehr Zeit haben, in ihrem Spezialgebiet zu arbeiten. »Arbeit mit Druckereibetrieben«, Benutzerhandbuch zu Aldus Freehand 4.0
* Es gibt kaum eine A. in der Werbeagentur, die man isoliert lösen könnte. Eines hängt vom anderen ab: die Produktgestaltung von den Verbrauchervorstellungen, das Werbemittel vom Kreis der Umworbenen, das Ladenwerbematerial von den Typen der Einzelhandelsgeschäfte. Hubert Troost, »Berufe in einer Werbeagentur«, 1961
* Kein Mitarbeiter, der seine A. lösen will, kann auf den engen Kontakt mit allen, die Vorarbeit leisten, die mit ihm arbeiten und nach ihm arbeiten werden, verzichten. Hubert Troost, »Berufe in einer Werbeagentur«, erschienen 1961
* Proportional zum Wachstum schwindet die gestalterische Leistung, während der Umsatz steigt. […] Das ist die größte A.: Designqualität zu halten und trotzdem Geld verdienen. Erik Spiekermann, in »design is a journey. Positionen zu Design, Werbung und Unternehmenskultur«, herausgegeben von Tammo F. Bruns, Frank Schulte und Karsten Unterberger, 1997
* Es ist eine der schwierigsten A.n im Design – oder generell im Leben –, mit unbegrenzter Freiheit klarzukommen. Tim McCreight, »Design Language«, erschienen 1996
* Meine wahre A. ist, Design zu zerstören. Philippe Starck, in einem Interview in »the starck spirit«, max, februar 2006

▷ S. 984

AUFTRAGGEBER * Ich spreche lieber von A. als von ▷ KUNDE, denn ich verkaufe keine Produkte wie eine Bäckerin ihre Brötchen, sondern Leistungen im Auftrag. »Klient«, »Patient« oder »Mandant« fände ich auch nicht unpassend, aber diese Begriffe sind definitiv ganz bestimmten Branchen zugeordnet und würden eher Verwirrung stiften. Die Tatsache, daß ich A. habe und keine Kunden, führte auch dazu, daß ich im Netz nicht den üblichen Bauchladen habe, wo sich potentielle Kunden aus dem, was ich früher schon gemacht habe, aussuchen können, was sie so oder ähnlich für ihre Bedürfnisse von mir haben wollen. Juli Gudehus

* Oft ist es für den A. hilfreich, anhand bereits fertiger Arbeiten seine Vorstellungen zu präzisieren. »DuMont's Handbuch für Künstler«, herausgegeben von Stan Smith und Ten Holt, 1986
* Der A. kann der ▷ Art Director einer ▷ Werbeagentur oder einer Zeitschrift sein, die Werbeabteilung eines Verlages, einer Firma oder ein Privatmann etcetera. »DuMont's Handbuch für Künstler«, herausgegeben von Stan Smith und Ten Holt, 1986
* Otl Aicher war bei der ▷ Auswahl seiner A. stets kritisch. Ihm war nicht daran gelegen, formale ▷ Lösungen für die klassischen Elemente einer Corporate Identity zu finden, sondern bestand auf einer Diskussion des gesellschaftlichen Standortes des jeweiligen Unternehmens. Er regte seine A. zu grundsätzlichen Studien über das Wesen ihrer Produkte, über betriebliche Strukturen und über ihre Informationspolitik an. Setzte ein Betrieb Aichers Forderungen nach einem gesamtheitlichen Erscheinungsbild um, so wurden die jeweiligen Unternehmen zu Autoritäten ihres Produktebereichs. www.biza-project.de
* Ich arbeite für A., die mir die Freiheit lassen, mich für ihr Unternehmen zu engagieren, für die ich kein Erfüllungsgehilfe bin, sondern ein hochwertiger Dienstleister, der im Herzen ihres Unternehmens arbeitet. […] Wir ▷ schätzen A., die sich für anspruchsvolles Design, gute Typographie, überzeugende Fotos und klare Texte sensibilisieren lassen, die neue Wege gehen und die das Getto der Mittelmäßigkeit verlassen wollen. […] Ich lehne grundsätzlich A. ab, für die visuelle Gestaltung nur ein Faktor am Rande ihres Marketingkonzeptes ist. […] Die Beziehung zu unseren A.n ist sehr persönlich, unkonventionell und wir kommunizieren sehr offen miteinander. Gestaltungs- und Handlungsfreiheit gehören für uns zu den Basics einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Wolfgang Beinert, www.beinert.net
* Ein unzuverlässiger Künstler / Zeichner verliert schnell seine A. Für Immer!!! »Wie bewerbe ich mich richtig?«, www.millus.de – Alle Angaben ohne Gewähr

▷ AUFTRAGSVOLUMEN, AUFTRAGSLAGE, AUFTRAGSABWICKLUNG, AUFTRAGEN, AUFTRAG, ANSCHLUSSAUFTRAG, DRUCKAUFTRAG, GESAMTFARBAUFTRAG, FREISTELLUNGSAUFTRAG, LEHRBEAUFTRAGTER, CORPORATE DESIGN BEAUFTRAGTER

ZEITGEBER * Steuerung der Zeit bei der Verarbeitung oder Belichtung. Kann als Schaltuhr das ▷ Vergrößerungsgerät nach der eingestellten ▷ Belichtungszeit ▷ automatisch ▷ abschalten. Michael Langford, »Enzyklopädie der Fotopraxis«, 1987

▷ S. 1964

FORMGEBER * Bauchbinde, Korsett. Juli Gudehus

▷ S. 2478

BILDGEBER * Allgemeiner ▷ Ausdruck für elektronische ▷ Kameras, Filmabtaster und so weiter. »Lexikon der Hörfunk- und Fernsehbegriffe«, herausgegeben vom Bayerischen Rundfunk, 1997

* Allg. Ausdruck für Geräte, die Bilder in elektrische Signale umsetzen (z.B. Fernsehkameras, Filmabtaster usw). www.ptv-gmbh.de

▷ S. 677

ERGEBNIS * Da weiß man, was man hat. Slogan von VW Käfer

* Da weiß man, was man hat. Slogan von Persil
* Der Bleistift hat [durch die Digitalkamera] nicht ausgedient, aber für den Kunden zählt das End-E. und für den Illustrator der Weg dorthin. Und mit dem Erscheinen bezahlbarer, guter Digitalkameras bieten sich jetzt neue Möglichkeiten für Illustratoren an. Andreas Pfeifle, www.grafik-etc.de
* Schön ist der Moment, wenn die Bilder, die ich damit mache, so werden, wie ich sie in mir trage, und die E.se immer mehr so sind, daß selbst »ausgebuffte« Profis (liebe befreundete Fotografen) bei einem Bild sagen: aha, computerbearbeitet, und ich grinsen und sagen kann, nein, pures Foto, und umgekehrt. Peter Domanski, im Interview mit Hardy Kettlitz und Gerd Frey, www.epilog.de
* Es ist schon kurios, dass die Technik oft einen höheren Rang einnimmt als das durch sie erzielte E. Keine noch so exzellente technische Ausrüstung kann Garant für niveauvolle E.se sein. Emil Ruder, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Wenn das E. gut aussieht, sind alle Probleme des Prozesses sofort vergessen. Stefan Sagmeister, in »Introducing. Designs for Making a First Impression«, 2005
* In einem System kann die Veränderung eines Elementes eine Änderung aller anderen Faktoren bewirken. Das macht den Umgang mit Systemen schwierig. Es reagiert nicht, wie die unzusammenhängenden Einzelteile reagieren würden, sondern als Ganzes, das innerhalb seines Gesamtzusammenhanges betrachtet werden muß. Diese »Regel« wird gerne mißachtet und führt dann zu nutzlosen bis unsinnigen E.sen. Julia Maria Loo, »Lehren und Lernen. Gebrauchsanweisung für den menschlichen Geist«, 1993 (Studienarbeit)
* Im normalen Arbeitsprozess greift man gern (un)willkürlich auf Elemente zurück, die einem gefallen und variiert sie einfach. Auf Dauer führt dies jedoch zu unbefriedigenden und austauschbaren E.sen. Frank Rocholl, www.kearneyrocholl.de
* Der mathematisch-konstruktive ▷ Ansatz im ▷ Umgang mit Schriftform hat bisher immer zu inhumanen E.sen geführt.

REICH BESCHENKT

Die reine Konstruktionsgeometrie, wie sie bereits in der Renaissance praktiziert wurde, lehrt uns dies sehr eindrucksvoll. Adrian Frutiger, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Eine Schrift, die von vornherein vertraut und angenehm wirkt, sich nicht zwischen Autor und Leser drängt, sozusagen gar nicht besonders bemerkt wird, ist das beste E. Kurt Weidemann, »Wo der Buchstabe das Wort führt«, 1995
* Im Prinzip lassen sich Schriften heute von jedermann beliebig verzerren, stauchen, verbiegen oder in ihrer Strichstärke verändern. Ist der Manipulator allerdings nicht sattelfest, zeigt sich dies leider all zu oft im E. Andreas Donati, www.donati.info
* Je übertriebener die Effekte, umso konfuser und abstoßender das E. http://pcptpp030.psychologie.uni-regensburg.de/student2001/Documents/Textsatz.html
* Intelligenz lässt sich nicht am Weg, sondern nur am E. feststellen. Gary Kasparov, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

▷ RONIS, BILDNIS, VERZEICHNIS, GLEICHNIS, GEHEIMNIS, VERSTÄNDNIS, DRUCKERZEUGNIS

ÜBERRASCHUNG * Auftraggeber machen sich oft keine Vorstellung davon, was hinter gutem Kommunikationsdesign an Aufwand steckt und reagieren überrascht auf Kostenvoranschläge und Rechnungen. Verzeichnis 2002/2003 des Verlag Hermann Schmidt Mainz
* Um unliebsame Ü.en zu vermeiden, sollten Sie mit Ihrem Designer über »besondere Aufwendungen« und »zusätzliche Arbeiten« sprechen. [...] Ü.en lassen sich vermeiden, wenn man vorher ein genaues ▷ Briefing durchführt und genaue Vorstellungen skizziert. http://www.logobest.de/Auftraggeberinformationen.htm
* Wenn Sie ein Corporate Design etablieren wollen, kommen Sie am Sekretariat Ihrer Kunden nicht vorbei. Hier können die besten Ideen auflaufen: meistens, weil Schriften am Bildschirm schlecht lesbar sind oder Texte falsch formatiert aus dem Drucker kommen. Böse Ü.en wie diese liegen oft in der Natur des Gestaltungsprozesses. Während ▷ Designer überwiegend mit Macs arbeiten, kommen Ihre Entwürfe fast immer am PC zum Einsatz. Die hierfür nötige technische Adaption bedarf größter Aufmerksamkeit, insbesondere bei am PC oft benötigten TrueType-Schriften. »Corporate Font«, Broschüre von Font Shop
* Stellen Sie sich auf unerwartete Ü.en ein und geben Sie kontinuiertlich ▷ Probedrucke aus. »Arbeit mit Druckereibetrieben«, Benutzerhandbuch zu Aldus Freehand 4.0, leider ohne Jahr
* Die unerwarteten Ü.en sind die schlimmsten. Juli Gudehus
* Neuheit und Ü. ist das Streben werbender Graphik. Jan Tschichold, »Graphik und Buchkunst«, in »Ausgewählte Aufsätze über Fragen der Gestalt des Buches und der Typographie« – hiermit wärmstens empfohlen!
* Schaffen Sie aus Ihrer *Site* durch Vernetzung einen Erlebnisraum, der auch beim zweiten Besuch noch Ü.en bereithält. Wolfgang Schimmel, »Web versus Print«, 1997
* Jeden Monat muß das neue Foto [eines Kalenders] den Betrachter mit einer Variation einer überzeugenden visuellen Idee überraschen und fesseln. Karl Steinorth, »Kalender-Fotografie. Freiraum für Kreativität«, in »The Design of time. 35 Jahre Zanders-Kalender«, 1995
* Nach der Verabschiedung der Copy-Strategie beginnt der eigentliche kreative Entwicklungsprozess. Gleichgültig, für welches Produkt, welche ▷ Marke oder welches ▷ Unternehmen die ▷ Werbung entwickelt werden muss, es ist ein Prozess, der immer wieder ▷ herausfordert und oft überraschende ▷ Wendungen erfährt. Denn der kreative Prozess wird nur durch die beteiligten Menschen und deren ▷ Umgehen miteinander und mit dem Projekt ▷ geprägt. Das wirklich Spannende an diesem Entstehungsprozess ist, dass bei allen ▷ strategischen und rationalen ▷ Vorgaben immer eine hohe Chance da ist, dass das Ergebnis überraschend ist. http://www.cornelsen-berufskompetenz.de/berufskompetenz/inhalt_1x1/pdf/pers_komp_490696_text1.pdf
* Nur was selten ist, kann überraschen. Georg Franck, »Ökonomie der Aufmerksamkeit«, erschienen 1998
* Es ist nicht allzuviel, was einen überrascht. Wohl gute Leistungen und sehr guter ▷ Durchschnitt, perfekte Fotografie, auch technisch ziemlich perfekte Fotografie, aber wenig Aufregendes. Thomas Höpker, im Interview mit Claus Heinrich Meyer, High Quality, Heft 13, 1/1989
* Ich schöpfe aus dem Moment heraus, und wenn ich die fertigen Bilder hinterher ansehe, bin ich oft selbst überrascht, was da passiert ist. Piet Truhlar, »Clean, Cool and Nice«, Page 10.02
* Das Überraschende macht ▷ Glück. Friedrich Schiller, »Don Karlos«, 1783–1787
* Die unerwarteten Ü.en sind die schönsten. Juli Gudehus
* Ich möchte von etwas überrascht werden. Es geht darum, den Zuschauer irgendwo abzuholen, wo er sich auskennt, ihn dort aber zu überraschen – ein Aha-Erlebnis auszulösen. Es ist wie im Fussball: Wenn mich jemand mit einem neuen Trick ausdribbelt, freue ich mich auch als übertölpeter Verteidiger. Marco Walser, im Interview mit David Clavadetscher, www.clavadetscher.org, Februar 2003
* Brodovitch hatte ja immer die Devise: *Surprise me.* Wenn seine Schüler fragten, was sie tun sollten, sagte er immer: *Surprise me.* Ich würde sagen: *Astonish me.* Henry Wolf, im Gespräch mit Hans-Michael Koetzle und Horst Moser im Februar 1997, www.independent-medien-design.de

▷ PROVOZIEREN
▷ ÜBERFÜLLUNG, ÜBERARBEITUNG, ÜBUNG, ÜBERBELICHTUNG, ÜBERSTRAHLUNG

PLATT ▷ S. 318 und S. 1060

DANKBARKEIT * Hallo Partner – danke schön. ein Werbespruch des Deutschen Verkehrssicherheitsdienstes
* Wenn jemand etwas gemacht hat, dann soll man dem Macher anerkennend Danke sagen. Ruedi Rüegg, im Interview mit David Clavadetscher, www.clavadetscher.org, Februar 2003
* Die nicht zu Danken verstehen, die sind die Ärmsten. Marie von Ebner-Eschenbach, »Aphorismen«, 1880
* Ich bin dankbar für die schärfste Kritik, wenn sie nur sachlich bleibt. Otto von Bismarck, »Reden«, Jahr leider nicht zu ermitteln
* Kritik ▷ üben: bitte nicht zögern! ich bin da eher dankbar als zickig! (erst bisschen zickig, dann richtig dankbar). möchte nicht namentlich genannt werden
* Unseren Erfahrungen verdanken wir es, dass wir Wahrgenommenes richtig einordnen. http://medien.werbung.de/magazin/lexikon, Eintrag: Milchbazi
* Aquarelle danken durch Schönheit, wenn sich der Gestalter öfter mit dem Pinsel zum Üben meldet. Anton Stankowski, »Visualisierung«, in »Visuelle Kommunikation. Ein Design Handbuch«, 1989, Hrsg. Anton Stankowski und Karl Duschek
* Für die meisten Menschen bietet vollendete Typographie ästhetisch keine besonderen Reize, da sie schwer zugänglich ist wie die hohe Musik. Im besten Falle wird sie dankbar hingenommen. Das Bewußtsein, namenlos und meist ohne besondere Anerkennung wertvollen Werken und der knappen Anzahl optisch sensitiver Menschen einen Dienst zu erweisen, ist in der Regel die einzige Belohnung für die lange, doch nie endende Lehrzeit des Typographen. Jan Tschichold, »Ton in des Töpfers Hand …«, 1948, in »Ausgewählte Aufsätze über Fragen der Gestalt des Buches und der Typographie« – hiermit wärmstens empfohlen!
* Ich sage nur ein Wort: Vielen Dank! Andreas Brehme, Quelle und Jahr ließen sich leider nicht ermitteln

▷ HADANK

GEDANKE ▷ S. 2301

was für ein Fest …

FEST
KLOPFFEST
NASSFEST
SCHEUERFEST
FESTSCHRIFT
FESTSETZEN
FESTLEGEN
FESTEINBAND
FESTGRÖSSE
FESTPLATTE

FEST ∗ Unverrückbar. Zum Beispiel ein Entschluß, eine Überzeugung, ein Etikett. Juli Gudehus
∗ Die »klassische« ▷ Biographie eines ▷ Designers enthält häufig auch eine Station als f. angestellter […] Mitarbeiter bei einer Werbeagentur. Pascal Decker, »Eigenwerbung mit Leistungen für Werbeagenturen«, in »Wasserträger«, erschienen im Mai 2003
∗ Während f. installierte Außenwerbung oftmals eine Frage der behördl. Genehmigung ist, können Verkehrsmittel als Werbeträger entstehende Lücken schließen. Cornelia Lamberty, absatzwirtschaft.de
∗ Das f.e, f.-gefügte und geschlossene lässt keine interpretation zu. es ist eine ▷ schlechte form. das offene und leichte ermöglicht eine vielzahl von sichtweisen. f.es desgin ist eindimensional und doktrinär, die sichtweise des gestalters ist bestimmend. das nicht-f.e, das offene werk ist allgemeingültig und zeitlos, es ist wie ein spiel: ausgang offen. Andreas Uebele
∗ Entschlossen, mit Kraft. Zum Beispiel das Auftreten, der Händedruck, der Druck auf einen Stift beim Zeichnen. Juli Gudehus
∗ Zeigen Sie sich [auf Bewerbungsfotos] als freundlicher Bewerber, der dem Betrachter […] f. in die Augen sieht. vetion.de
∗ Aggregatzustand. ▷ FLÜSSIG, GASFÖRMIG Juli Gudehus
∗ F. Auch: FIRM. Härtegrad von Bleistiften. ▷ B, H, HB Juli Gudehus
∗ Eigenschaft von Papieren. F. bezeichnet eine gewisse Steifheit und eine gewisse Stärke beziehungsweise ein gewisses Volumen. Papier für Geschäftsberichte oder Einladungen sollte z. B. f. sein, da zu dünnes, labberiges Papier meist als billig empfunden wird. F.es Papier wird auch als Karton bezeichnet. Juli Gudehus
∗ Wertpapiere, gestaltet und signiert von führenden Künstlern ihrer Zeit, sind […] ein F. für das Auge. www.wertpapierwelt.ch
∗ Irrsinnig schön finde ich den Kalender von Moritz Zwimpfer für das Jahr 2009: Ein Buch mit 365 Seiten, auf der je eine Pantonefarbe gedruckt ist. Ein F. für meine Augen! Juli Gudehus
▷ EXTRA, PROZENTUAL, PASTÖS, FIXATIV, STEREO, MODULAR, LOSE
▷ FEEST
▷ FESTER WINKEL, FESTER RÜCKEN, FESTER FREIER, MANIFESTO, LIFESTYLE, SCHEUERFESTIGKEIT, WISCHFESTIGKEIT

KLOPFFEST ∗ Eigenschaft guter Etikettenpapiere, die als Flaschenetiketten in Abfüllanlagen miteinander in ▷ Berührung kommen und auch in nassem Zustand keine Flecken bekommen dürfen. www.e-papernet.at

NASSFEST ▷ S. 214

SCHEUERFEST ▷ S. 219

FESTSCHRIFT ∗ Schriftstück zum feierlichen ▷ akt. Natalie Dümmler
∗ Gelegenheitsschrift anläßlich eines bestimmten Ereignisses, besonders eine als Ehrung zum Geburtstag eines hochbetagten Gelehrten von seinen Fachgenossen gewidmete Festgabe, enthält neben einer Würdigung seines Lebenswerkes wissenschaftliche Beiträge zu verschiedenen Spezialfragen des Fachgebietes. Gero von Wilpert, »Sachwörterbuch der Literatur«, 1961
∗ Eine Schrift (meist Schreibschift) für ▷ Hochzeiten, Jubiläen und ähnliche Anlässe sowie gern auch für Urkunden, wie zum Beispiel Ballantines, ▷ Zapf Chancery, ▷ Linoscript, ▷ Poppl Exquisit, Post Antiqua, Present und viele andere mehr. Juli Gudehus
∗ Schreibschriften [wirken] festlich. »Gestaltung von Texten«, www.norasoft.de
▷ S. 641

FESTSETZEN ∗ Apfel l freehand >modify >look. Stefanie Baldermann
▷ S. 1880 und S. 2712

FESTLEGEN ∗ Das Wiederaufbringen abgehobener Farbpartien mit Hilfe verschiedener Klebemittel und durch Pressung bei der Gemälderestaurierung. P. W. Hartmann, »Das Kunstlexikon«, 1996
∗ Das für die Außenhaut des Buches verwendete Material legt […] die Bezeichnung für die Einbandart fest: Papp-, Gewebe- (Ganzgewebe- und Halbgewebeeinband), Leder- u. Pergamenteinband. »Das bunte Lexikon der schwarzen Kunst«, .virtuelleschuledeutsch.at / dachs_gutenberg / f.html
∗ Der ▷ Satzspiegel […] bleibt gewöhnlich in einer Publikation durchgehend gleich und wird vorher für alle Seiten festgelegt. Michael Bundscherer, typolis.de
∗ Um Bilder, Tabellen und andere ▷ Gestaltungselemente nicht ziellos im Text zu verstreuen, ist es hilfreich, sich ein Gestaltungsraster anzulegen. […] Dieses Raster sollte man bereits am Anfang im Seitenlayout f. Michael Bundscherer, typolis.de
∗ Die Botschaft wird im Briefing festgelegt. Oliver Oest, in »Werber-Vokabeln« im Rahmen des JuniorWebWerber Wettbewerbs, initiiert von infoRADIO Berlin (www.juniorwebwerber.de), 2000 / 2001
∗ Als der Stuttgarter Typograf Kurt Weidemann vor einigen Jahren das *Image* der Auto- und Flugzeugbauer [DaimlerChrysler] überarbeitete, legte er bis zum letzten *Detail* alles fest, was auf Papier gedruckt werden sollte. Philipp Contag-Lada, »Schrift kennzeichnet ihren Absender«, Stuttgarter Nachrichten, 3. 7. 2002
∗ Die ersten Vor- und Entwurfsskizzen werden wahrscheinlich einige Veränderungen erfahren; der Designer sollte sich darüber im klaren sein, daß sie zwar schon eine Festlegung bedeuten, aber sicher auch als Diskussionsgrundlage für den Auftraggeber fungieren sollen. »DuMont's Handbuch für Künstler«, herausgegeben von Stan Smith und Ten Holt, 1986
∗ finde ich gut, wenn es darum geht, sich auf – die Frau fürs Leben – eine Layoutsoftware – das heutige Abendprogramm festzulegen. Finde ich schlecht, wenn es darum geht, sich auf – den Job fürs Leben – Lieblingsschriften, -Filme, -Essen, -Farben, -Gerüche – was man gut oder schlecht findet f. zu müssen Kay Krause
▷ SUCHER, MOTIVSUCHER, INDIZIERTE FARBEN, AUSSCHIESSBOGEN, SETZSCHIFF, HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE, DOPPELKLICKEN

FESTEINBAND ▷ S. 181

FESTGRÖSSE ∗ Montag-Blues: FB ::: Festgröße Blau. W. Blüggel
▷ S. 2829

FESTPLATTE ∗ Größte Wurstplatte an Kalten Büffets bei größeren Festlichkeiten (wie bei Hochzeiten die sogenannte Hochzeitstorte), seltener: Schlacht-F. oder Sommer-F. www.familie-ahlers.de
▷ S. 807

kochen für das Festmahl

KOCH
KOCHER
KÖCHL
TIEGEL
TÖPFFER
TOPFOTOGRAFEN
KESSELSKRAMER
POTT
DECKELSCHACHTEL
DECKEL
BUCHDECKEL
ENTWICKLUNGSSCHALE
SCHÖPFFORM
SCHÖPFRAHMEN
SCHÖPFER
SCHÖPFERISCH
HANDGESCHÖPFT
DOPPELSCHÖPFUNG
SCHÖPFUNG
REZEPT
ZWIEBELHAUT
ZWIEBELFISCH
PANIERUNG
FLEISCH
FALAFEL
BULLETIN
PUFFER
DRUCKERPUFFER
REIBER
REIBERDRUCK
ANREIBEN
ANREIBELÖFFEL
SCHABETECHNIK
SCHABLONE
GRAINIEREN

GRANJON
STOFFAUFLAUF
EINLEGEN
FETTEN
FOND
STÄRKE
SAGA
BINDEN
ZUSUPPEN
SUPPORT
SUPPLEMENT
SOUPBONE
SYMBOL SOUP
ZUSATZ
MAGIE
WÜRZ
ENTERPRISE
PFEFFER UND SALZ
SILBERSALZ
BLUTLAUGENSALZ
FIXIERSALZ
LORBEEREN
MCCURRY
PIGMENT
REISPAPIER
REISSPROBE
PROBIEREN
KOSTEN
GESCHMACK
GESCHMACKSFRAGE
GESCHMACKSMUSTER
AROMA
SCHÄRFE
NACHSCHÄRFEN
SPÜLEN

KOCH ∗ Der perfekte Designprozeß ist eigentlich der K.-Prozeß. Mit einer wahnsinnigen Geschwindigkeit muß alles geplant und zubereitet werden. Und zu guter Letzt muß ich es selber auch noch essen. Franco Clivio, in »design is a journey. Positionen zu Design, Werbung und Unternehmenskultur«, Hrsg. Tammo F. Bruns, Frank Schulte und Karsten Unterberger, 1997

∗ Mit 15 Jahren fing er an zu studieren, mit 21 war er fertig. Und schon fiel er auf mit seiner Art Gestaltung: sich auf den Inhalt zu konzentrieren, mit möglichst wenigen Gestaltungsmitteln auszukommen, aber das auf eine überraschende Art und Weise ... humorvoll. [...] Mit diesem »klassischen« ▷ Rezept wurde Derek Birdsall bald ein begehrter K. für Werbung und Art Direction. Seine visuelle Kost schmeckte (und schmeckt immer noch), weil er mit den Zutaten sparsam umgeht und sorgfältig würzt, nicht zuviel und nicht exotisch. Man kann den Spaß am »Kochen« schmecken ... sehen. High Quality, Heft 19, 1/1981

∗ K., CLAUS ist eines der führenden Unternehmen für Corporate Identity, Corporate Branding und Corporate Design (Logo, Erscheinungsbild, Literatur und Architektur). 1993 von Claus K. gegründet, ist die Agentur Mitglied des weltweiten BBDO-Networks. Auf der Kundenliste stehen namhafte Unternehmen und bekannte Institutionen wie Allianz AG, Bayer, Credit Suisse, Hotel Traube Tonbach, Jette Joop, Jil Sander, Keiper Recaro Group, Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge, Kunstsammlung NRW (K 20 K 21), Dresdner Bank. »Kleben bleiben: Das ADC Buch 2006 von Claus Koch«, www.marketing-boerse.de, 17. 3. 2006

▷ COCHIN

▷ KÄCH, KIRCH, BIRCH, BAUCH, BUCH, BUSCH, BRUCH, STICH, STRICH, STORCH, FRENCH, INCH, LAUNCH, MÖNCH, MARCH, GLEICH, WEICH, REICH, FLACH, HOCH

▷ S. 1119

KOCHER ∗ Großer Behälter, in dem Holzhackschnitzel und andere Rohfasermaterialien mit Ätznatron und anderen Kochlaugen unter hohem ▷ Dampfdruck gekocht werden. Der Prozess dient [in der Papierherstellung] dem »Aufspalten« des Holzes zur Gewinnung von Zellstoff. www.kuntec-automation.de

▷ MACHER, FLETCHER, EYECATCHER, FÄCHER, AICHER, ABSCHWÄCHER, SCHWABACHER, SPEICHER, SUCHER, WUCHER, BUCHER, LARCHER, LOCHER

KÖCHL ∗ K., EDDA (1942, Wien) [...] Kunstgewerbeschule in Linz [...]. Akademie der bildenden Künste in Wien. [...] Danach Studium an der Folkwangschule Essen. 4 Jahre London. In dieser Zeit Arbeiten für Penguin Books, das »Sunday Times Magazine«, »Queen« und »Nova« (unter David Hillman und Harri Peccinotti). 1967 Wechsel nach München. Erste Illustrationen für »twen«. Später auch ▷ Arbeiten für »Eltern«, den ▷ Verlag Frauenoffensive, 2001 sowie verschiedene franz. und amerik. Zeitschriften und Verlage. ▷ Zusammenarbeit mit Wim Wenders. Illustrationen zu Texten von Wim Wenders. Mitwirkung außerdem bei den Filmen »Summer in the City«, »Die Angst des Tormanns beim ▷ Elfmeter« und »Alice in den Städten«. Weiterhin Filmarbeit mit Ingomar Engström, Klaus Lembke und Rudolf Thome. Im übrigen Kinder- und Jugendbücher. Lebt in Frankfurt a. M. »twen. Revision einer Legende«, 1995, Hrsg. Michael Koetzle

TIEGEL ∗ Großes, schweres Gefäß, z. B. für Farbe. Juli Gudehus

∗ Ich [glaube], dass jemand, der schreibt oder kreativ arbeitet, so etwas Ähnliches ist wie ein großer Kochtopf, in den man im Laufe eines Lebens alles hineintut und die Grundgewürze, die Grundzutaten, sind wahrscheinlich die wichtigsten, die man als ganz kleines Kind mitbekommt. Rotraut Susanne Berner, »Kinderliteratur im Gespräch. Zu Gast: Rotraut Susanne Berner (3. 2. 2004)«, Lesezeichen. Mitteilungen des Lesezentrums der Pädagogischen Hochschule Heidelberg. Heft 15 / 2004

∗ Letztendlich ist man selber der T. aus dem man schöpft. Margarethe Schmiedel

∗ Der den Druck ausübende Teil an der Handpresse wie an der T.-Druckschnellpresse. Alexander Waldow, »Illustrierte Encyklopädie der graphischen Künste und der verwandten Zweige«, herausgegeben unter Mitwirkung bewährter Fachgenossen, 1884

∗ Eine alte Form der manuellen Hochdruckpresse, die sich aus der Rebenpresse entwickelt hat. Mit dem T., einem waagrechten Stempel, der durch ein Schraubgewinde bewegt werden kann, wird dabei der ▷ Gegendruck auf die ganze Fläche des Druckstocks gleichzeitig ausgeübt. Auch für vollautomatische Maschinen, die nach diesem ▷ Prinzip drucken, ist der Name T.-Druckpresse üblich. [...] »Das große Lexikon der Graphik. Künstler, Techniken, Hinweise für Sammler«, 1989

∗ [...] oder eben kurz (und liebevoll) »T.« – für: TIEGELDRUCKMASCHINE. Juli Gudehus

∗ Der erste T. wurde bereits 1914 produziert, der letzte 1984. »Heidelberg Nachrichten«, Doppelheft 246 / 247, 56. Jahrgang

∗ Die bekannteste T.-Druckmaschine dürfte der T. des Druckmaschinenherstellers »Heidelberger« sein. Schon lange nicht mehr produziert, teilweise aber immer noch im Einsatz. Stephan Hartl, www.copyshop-tips.de

▷ TIEFE, TILDE, TINTE, TIMES, TIPP-EX, TICKET, TIBET, TIGER

▷ TITEL, TEUFEL, ZWEIFEL, ZIRKEL, FÄLZEL, FORMEL, FIBEL, BIBEL, LABEL, LÖFFEL, BRÖSEL, BREUGHEL, BASEL, HENSEL, CANCEL, CHISEL, CROUWEL, POPEL, PINSEL, STICHEL, STEMPEL, NUDEL, NADEL, NAGEL, KABEL, KAPSEL, KOSEL, KEIDEL, KEGEL, KÜRZEL, SCHNÖRKEL, SCHACHTEL, SCHENKEL, HENKEL, WINKEL, DUNKEL, DSCHUNGEL, DECKEL, DEXEL, PIXEL, RÖTEL, RÄTSEL, RAKEL, REGEL, MANGEL, MAISEL, MODEL, MITTEL, ZETTEL, SIEGEL, SPIEGEL

TÖPFFER ∗ T., RODOLPHE Vor mehr als 150 Jahren zeichnete und schrieb der Schweizer Rodolphe T. (1799–1846) als einer der ersten überhaupt Bilder-Romane, in denen ▷ Zeichnungen mehr als nur den ▷ Text begleitende ▷ Illustrationen waren; er gilt deshalb sowohl als Vorläufer Wilhelm ▷ Buschs wie auch als »Ahnherr« der heutigen Comic-Verfasser. »Bandes dessinées, Comics, Fumetto ...«, www.ethbib.ethz.ch

∗ Dessen ▷ Bildergeschichten [waren] so etwas wie die Schweizer Comicvorläufer. Suzanne Zahnd, »ComicProfessorin Anke Feuchtenberger. Das ganz normale Drama«, auf www.woz.ch

∗ Ein bedeutsamer Comic-Autor am Beginn der Geschichte des Comics heutiger ▷ Prägung, der künstlerisch, drucktechnisch und auch auf dem Gebiet der Comic-Theorie Meilensteine gesetzt hat. Andreas Dierks, www.comic.de

∗ kann als der grundsätzliche Erfinder des Comics gelten. Er ist der Autor von 7 [...] publizierten Alben. Text zur Ausstellung »Asterix, Barbarella & Co.«, zitiert aus der Presseinformation des Roemer- und Pelizaeus-Museum in Hildesheim vom 26. 5. 2000

∗ Auch TOEPFFER geschrieben. [Der] Zeichner und Novellist [...] war der Sohn des Malers Wolfgang Adam T. [...]. Seinen urspr. Wunsch, Maler zu werden, musste T. wegen eines Augenleidens aufgeben. Stattdessen fing er 1820 an Latein und Griechisch in einer Privatschule zu unterrichten. Er heiratete 1823 Anne-Marie Moulinié [...]. Dank der Mitgift seiner Frau öffnete er 1825 ein Knabenpensionat in Genf. Inspiriert von den Ideen von Jean-Jacques Rousseau, organisierte er Ausflüge und bald auch grössere Studienreisen mit seinen Schülern. In der ersten Hälfte des 19. Jh reisten sie meist zu Fuss in der Schweiz, in Italien und im benachbarten Frankreich. Diese Reisen sind auf charmanter Weise in den »Voyages en zig-zag« beschrieben. 1832 erhielt er den Lehrstuhl für Rhetorik und Literatur an der Genfer Akademie (Vorgängerin der Genfer Universität). Ab 1834 war er konservatives Mitglied des Parlaments des Kantons Genf. Er kämpfte gegen das liberale Bürgertum und den Volkstribun James Fazy (in »Histoire d'Albert« karikiert), die mit der Revolution von 1842–1846 das alte Patriziersystem im Kanton Genf definitiv abschafften. In seiner Freizeit zeichnete T. komische, teils skurrile Bildergeschichten. Nachdem Johann Wolfgang von Goethe seine erste Faust-Parodie Dr Festus sehr gelobt hatte, und auf das Drängen seiner Freunde, wurden T.s Bildergeschichten ab 1833 veröffentlicht und schnell populär. In diesen Geschichten karikierte er u. a. die Gepflogenheiten der guten Gesellschaft (»Histoire de Monsieur Jabot«), die Unterrichtsmethoden (»Monsieur Crépin«), die Wissenschaftler (»Voyages et aventures du Dr Festus«) und die Politiker (»Histoire d'Albert«, »Monsieur Pencil«). Goethe sagte einmal über T.: »Es ist wirklich zu toll! Es funkelt alles von Talent und Geist! Einige Blätter sind ganz unübertrefflich! Wenn er künftig einen weniger frivolen Gegenstand wählte und sich noch ein bißchen mehr zusammennähme, so würde er Dinge machen, die über alle Begriffe wären. [...] T. scheint mir [...] ganz auf eigenen Füßen zu stehen und so durchaus originell zu sein, wie mir nur je ein Talent vorgekommen.« T. ist mit diesen Bildergeschichten der Begründer einer Tradition, die über Bilderbögen (z. B. Neuruppiner Bilderbogen, Münchener Bilderbogen), die Arbeiten Wilhelm Buschs und unter Einfluss der amerik. Comics zum europäischen Comic führt. T. war einer der ersten, der die Technik der Panels, d. h. einzelner Bilder, mit einem karikaturistischen Zeichenstil verband. Er experimentierte außerdem mit versch. Bildgrößen, um ein Gefühl von Zeit zu vermitteln. Seinen Schriftstellerruf erlangte er mit den romantischen Novellen (»Le presbytère«; »La bibliothèque de mon oncle«; »L'héritage«; »Le col d'Anterne«; »Le lac de Gers«; »La vallée de Trient«; »La traversée«; »Le Grand Saint-Bernard«; »La peur«; »Elisa et Widmer«), die in den Nouvelles Genevoise gesammelt sind. Die meisten seiner Schriften sind mit Zeichnungen illustriert, insb. die »Voyages en zig-zag«. wikipedia.org

▷ EINZELKÄMPFER, TITELKUPFER, APOSTELKLOPFER, SCHÖPFER

▷ ZIFFER, ZEITRAFFER, SCHÖFFER, STUFFER, TREFFER, PUFFER, KOFFER, BUFFER

TOPFOTOGRAFEN ▷ S. 1226

KESSELSKRAMER ▷ S. 2588

POTT ∗ P., GOTTFRIED Geb. 1939 in Lahnstein / Rhein) ist dt. Typograf, Kalligraf, Autor und Lehrer. Er studierte von 1959 bis 1963 Grafik-Design an der Werkkunstschule Wiesbaden bei Prof. Friedrich Poppl. Von 1988 bis 2003 übte er eine Lehrtätigkeit als Prof. für Kalligrafie, Schriftdesign und Schriftgeschichte an der Fachhochschule Hildesheim aus. [...] Bekannte Bücher: Schrift · Klang · Bild ? The Music of Lettering. toonorama.com

∗ Activities: Exhibits, workshops, development of type faces, as well as limited edition publication of calligraphic works. Since 1988 Professor for Calligraphy and Lettering Design at the University for Applied Science and Art at Hildesheim / Holzminden. [...] Fonts of Gottfried P.: Arioso (1995), Carolina (1991), Duc de Berry (1990), Ruling Script (1992). www.linotype.com

▷ POTTSCHNITT, POTTASCHE

▷ GOTT

▷ S. 2126

DECKELSCHACHTEL ∗ Auch: STÜLPSCHACHTEL. D.n bestehen aus zwei oder mehr Teilen. Ein Oberteil (Deckel) wird über ein Unterteil (Boden) gestülpt oder beide über einen Rumpf. www.marketingfabrik.ch

▷ DECKEL, BUCHDECKEL, BUCHDECKE, DECKER, DECKUNG, DECKENBAND, DECKENEINBAND, DECKENHÄNGER, DECKENSCHIENENSYSTEM, DECKENMASCHINE, ENTDECKEN, ABDECKEN, ABDECKLACK, DECKE, TISCHDECKE, DECKEN, DECKENMACHEN, DECKBLATT, DECKFARBE, DECKLAGE, DECKWEISS, DECKFÄHIGKEIT, DECKKRAFT, GEDECKT

DECKEL ∗ Eine ▷ Objektivabdeckung aus Kunststoff, Gummi oder Metall zum Schutz der vorderen oder hinteren Glasfläche des Objektivs. Michael Langford, »Enzyklopädie der Fotopraxis«, 1987

∗ Das mittelalterliche ▷ Buch hatte, zumal wenn sein Platz auf dem Altar war, meist einen kostbar verzierten D., der, mit einem Relief aus Elfenbein oder Edelmetall belegt, oft von außerordentlicher künstlerischer Bedeutung ist. [...] Im späteren Mittelalter überzog man die Holz-D. mit Leder, das mittels Blindpressung ornamentiert wurde. Johannes Jahn, Robert Heidenreich und Wilhelm von Jeny, »Wörterbuch der Kunst«, erschienen 1940

∗ Allein der D. kann eine Verpackung unverwechselbar machen, mindestens aber unmißverständlich die Art des Inhalts anzeigen. So sind die D. von zum Beispiel Weichspülern und Sprühschlagsahne immerhin so ▷ typisch, daß man auch ohne den Rest der Verpackung ohne weiteres den Inhalt errät und die D. von beispielsweise Uhu, Odol, Stabilo, Tip-Ex und Maggi erlauben eine sofortige und eindeutige Identifizierung nicht nur des Inhalts, sondern sogar der Marke. Juli Gudehus

▷ DEXEL, DUNKEL, DSCHUNGEL, FÄLZEL, FORMEL, FIBEL, BIBEL, LABEL, LÖFFEL, BRÖSEL, BREUGHEL, BASEL, HENSEL, CANCEL, CHISEL, CROUWEL, POPEL, PINSEL, PIXEL, RÖTEL, RÄTSEL, REGEL, MANGEL, MAISEL, MODEL, MITTEL, TIEGEL, TITEL, TEUFEL, ZWEIFEL, ZETTEL, SIEGEL, SPIEGEL, SCHACHTEL, STICHEL, STEMPEL, NUDEL, NADEL, NAGEL, KABEL, KAPSEL, KOSEL, KEIDEL, KEGEL, KÜRZEL, SCHNÖRKEL, SCHENKEL, HENKEL, WINKEL, ZIRKEL, RAKEL

BUCHDECKEL ∗ »Zu jedem Topf gibt es einen ▷ passenden Deckel« so heißt es im Volksmund. Wenn etwas mit einem Deckel abgedeckt ist, besitzt es eine beschütztere Daseinsform als ohne diesen. Um einen besseren Schutz für das niedergeschriebene Wissen zu gewährleisten, hat man kurzum auch einen Deckel für Bücher entwickelt. Den heutigen B. Aryanti Ingenillem

∗ Schützender »Mantel« für den inneren, eher instabilen Teil eines Buches mit je einem Vorder- und Rückdeckel. Hannah Zenk

∗ sind der Teil eines ▷ Buches, die, meistens mit ▷ Gewebe, Leder, Pergament oder Papier bezogen, den ▷ Buchblock vor Stößen und Beschädigungen schützen. Sie sind Teil des Einbandes und der ▷ Buchdecke. Um dieses zu gewährleisten, stehen sie meistens etwas über den ▷ Buchblock hinaus. Sie bestehen heute aus ▷ Graupappe, manchmal auch aus PVC. Im Mittelalter waren sie meistens aus Buchenholz [...], später dann aus Pappen, die aus mehreren ▷ Makulaturschichten geklebt wurden. Die B. wurden oft aufwendig verziert mit Blindprägungen, Vergoldungen, Lederintarsie, Lederauflage, Gold- und Silberschmiedearbeiten sowie ▷ Elfenbeinplaketten [...]. Bis sich die heutige Buchform entwickelte, wurden die B. beim Buchbinden angesetzt, das heißt mit Bünden verpflockt. Jeder Bucheinband wurde von Hand am Buch gefertigt. Erst durch die Entwicklung des Deckenbandes wurde es möglich, die Buchdecke mit den B.n separat zu fertigen. Dieses ermöglichte Ende des 19. Jh erstmals den Einsatz von Buchdeckenautomaten zur industriellen Fertigung von Büchern. wikipedia.org

ENTWICKLUNGSSCHALE ∗ Geheimnisvoll entsteht in der E. das ▷ Motiv. Veranstaltungsprogramm, www.hamburger-kunsthalle.de

∗ Die flachen Schalen werden in genormten ▷ Größen gefertigt, die denen der ▷ Fotopapiere entsprechen. Sie bestehen aus säurefestem Kunststoff oder aus Edelstahl. Hugo Schöttle, »DuMont's Lexikon der Fotografie«, erschienen 1978

▷ SCHALENENTWICKLUNG

SCHÖPFFORM ∗ Papier wurde [im 14. Jh] ▷ mittels einer Sch. hergestellt, die aus einem hölzernen ▷ Rahmen mit einem Drahtgitter bestand. Auf diesem Drahtgitter wurden ▷ Buchstaben oder ▷ Zeichen angebracht, die später als sogenannte Wasserzeichen durchschienen [...]. Diese Sch.en und auch die Haupt- beziehungsweise Gegenzeichen wurden oft von spezialisierten Formmachern hergestellt und beim Verkauf an die jeweilige Papiermühle mit den gewünschten Wasserzeichenformen versehen [...]. Holländische Sch.en waren damals sehr begehrt; sie wurden an Außenstehende verkauft, auf Auktionen versteigert oder auch ins Ausland geschmuggelt. Stephanie Jette Petschat, »Transkription und Besprechung einer Handschrift über 'Hippotomie und Splanchnologie' nach Friedrich Bock (1806)«, Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Grades einer Doktorin der Veterinärmedizin durch die Tierärztliche Hochschule Hannover, deposit.ddb.de, 2002

∗ Wenn Sie von einem interessanten ▷ Motiv gleich mehrere Varianten aufnehmen, können Sie beim ▷ Vergrößern aus dem Vollen schöpfen. Reinhard Merz, »Der Ausschnitt machts«, www.schwarzweiss-magazin.de

* Schließlich ist das Werkzeug des ▷ Gestalters er selbst; und Werkzeuge sollte man möglichst gut kennen, um aus ihnen das Beste herauszuholen. Anette Scholz, »Ja, Euer Hoheit. Über Autoritäten«, in »Design. Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design«, 2006

SCHÖPFRAHMEN * Das Sieb, das bei der Papierherstellung der Papiermacher in die Bütte taucht und beim Hochheben (»Schöpfen«) das Feste vom Flüssigen trennt. Nach dem Schütteln des Sch.s zur Verteilung der Fasern im Sch. ein – noch nasser – Bogen Papier. Juli Gudehus

SCHÖPFER ▷ S. 480

SCHÖPFERISCH * Schaffend, genial, gestaltend, bildend, produktiv, ▷ gestaltungskräftig, geistesmächtig, konstruktiv, aufbauend, erfinderisch, einfallsreich, ▷ ideenreich, ▷ originell, eigenwüchsig, ▷ eigengesetzlich, ingeniös, dichterisch, poetisch, musisch. A. M. Textor, »Sag es treffender«, 1955
* Auch: KREATIV. Juli Gudehus
* Von allen Geheimnissen der Welt ist seit Anbeginn dasjenige der Schöpfung das geheimnisvollste gewesen; einhellig haben darum alle Nationen und Religionen den Vorgang des Sch.en mit der Idee des Göttlichen verbunden. Stefan Zweig, »Das Geheimnis des künstlerischen Schaffens«, erschienen 1938
* Sch.e Leistungen werden in erster Linie durch spezifische Immaterialgüterrechte, also Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht, Urheber- und Geschmacksmusterrecht sowie Firmennamen- und Markenrecht geschützt. »Media ABC«, www.sevenonemedia.de
* Das Umsetzen dreidimensionaler Gegenstände in ein Gefüge von Linien auf der Fläche ist ein sch.er Akt, der ein entwickeltes Vorstellungsvermögen voraussetzt. Ernst Fahmüller, in »Das große Lexikon der Graphik. Künstler, Techniken, Hinweise für Sammler«, 1989
* Die Zeichnung steht insofern am höchsten, weil sie den Betrachter am stärksten selbst sch. tätig machen muß, wenn er etwas davon haben soll. Franz Joseph van der Grinten im Interview mit Friedhelm Mennekes, in »Ansichten zur Kunst«, 2001
* Die [Kalligraphie ist eine] sch. sehr vielseitige Kunst. http://kunstkreativ.de/roetel.htm
* Seit Jahrzehnten kämpfen Schriftkünstler dafür, dass ihre Arbeit als sch.e Leistung anerkannt wird. Jürgen Siebert, »Alles wird gut«, in »Alles was Recht ist. über Schriftlizenzen, Embedding und Fonts im Workflow«, Herausgeber: Font Shop, 2003
* Sicherlich ist der Beruf des Layouters ein wirklich sch.er Beruf. Hannelore Kröter, »Berufe in der Werbung«, 1977
* Der Fotografenberuf […] ist ein freier, das Sch.e im Menschen fordernder Beruf. Hugo Schöttle, »DuMont's Lexikon der Fotografie«, 1978
* Der sch.e Mensch findet Sinn und Erfüllung in seinem Leben. http://www.kreativ-sein.de, Copyright der Website Martina Schwarz-Geschka, Eva Weinmann
* Die Biographie eines sch.en Menschen ist ganz und gar unwichtig. B. Traven, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Jeder sch.e Akt ist zuerst ein Akt der Zerstörung. Pablo Picasso, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln
* Das Sch.e, wenn es einer großen Anstrengung entsprang, läßt uns ausgeleert und melancholisch zurück. Rolf Hochhuth, »Alan Turing«, 1987

HANDGESCHÖPFT * Reine manuelle ▷ Herstellung Bezeichnung v. a. für Mauer- und Dachziegel. Jürgen Schaubhut, www.schaubhut.com
* Im Zusammenhang mit händisch gefertigter Schokolade wird gerne die Bez. »h.« verwendet. Der Ausdruck wurde in Anlehnung an die händische Papierproduktion gewählt, die jener der Schokolade gleicht. Während die in der Massenproduktion gefertigte Schokolade in einem Arbeitsgang gegossen wird, wird handgemachte Schokolade in mehreren Arbeitsgängen Schicht für ▷ Schicht aufgetragen. Wie h.es Büttenpapier, das durch das schichtweise Auftragen von Zellstoff entsteht. Bernhard Maier, »Süße Handwerker: Die Schokoladehersteller Thomas Hagmann und Sepp Zotter«, www.wienerzeitung.at
* Die ersten Papiermaschinen arbeiteten im 19. Jahrhundert. Bis dahin war das Papier für jede Buchseite, für jede Zeitung, jeden Brief, jede Notiz handgeschöpft. Blatt für Blatt. Anja Mösing, »Papier – In China erfunden«, www.br-online.de
* Papiere wurden damals alle h. und diese Technik ließ für den Zeitungsdruck keine größeren Formate zu. »Geschäftsbericht 2003«, deutsche druck- und verlagsgesellschaft mbh

▷ BÜTTENPAPIER

DOPPELSCHÖPFUNG ▷ S. 374

SCHÖPFUNG * Eine Sch. ist die ▷ konkrete Gestaltung einer Idee. Die Idee geht der Sch. voraus, ist aber noch nicht die Sch. Anja Preusker, »Ein Handbuch für Business im Grafik-Design«, 1996
* Handlung des Schöpfens oder Schaffens, das Geschaffene, […] die Gesammtheit alles Geschaffenen, die Natur. Jacob Grimm und Wilhelm Grimm, »Deutsches Wörterbuch«, 1854 bis 1960
* Architektur, design, kunst, all unsere hervorbringungen sind doch teil der all-sch., weil wir selbst, hineingeworfen in die sch. als teil der sch., nichts anderes erschaffen können, als nur das, zu dem und in dem wir geschaffen sind, einschließlich häßlichkeit, gewalt, liebe, zerstörung, schönheit. es ist alles eins und es sind die sch.en der geschöpfe naturgemäß wieder sch., teil des alls. Florian Fischer
* Jedes Kunstwerk entsteht technisch so, wie der Kosmos entstand – durch Katastrophen, die aus dem chaotischen Gebrüll der Instrumente zum Schluß eine ▷ Symphonie bilden, die Sphärenmusik heißt. Werk-Sch. ist Welt-Sch. Wassily Kandinsky, Quelle leider nicht zu ermitteln, 1913
* Mit scheint es sinnvoll, zwischen tatsächlicher Sch. und Innovation zu unterscheiden. Im Design gibt es unablässig Innovation. Innovation beruht auf Kombination, Permutation, Variation bereits erarbeiteter Segmente. Nicht alles kann Sch. heissen, was neu miteinander verbunden und neu aufeinander abgestimmt ist. Wenn ich mir den grauen Tisch, an dem wir sitzen, rot vorstelle, dann ist das Innovation. Tatsächliche Sch. kann es schon geben, das geschieht jedoch eher selten. Eine Tätigkeit, ein Ding neu imaginieren, gänzlich neue Konzeption – eine gänzlich neue Auffassung des Zusammenspiels neuer Segmente zu entwickeln, das wäre Sch. Peter Erni, im Interview mit David Clavadetscher, www.clavadetscher.org, Februar 2003
* »Die Sch.« ist das einflußreichste und wichtigste Buch des Fotografen Ernst Haas, veröffentlicht 1971. Juli Gudehus
* »Die Sch.« (später: GENESIS) war meine erste ▷ freie, veröffentlichte Arbeit: eine Übersetzung der Sch.s-Geschichte aus der Bibel in eine von mir entwickelte moderne Hieroglyphenschrift, die sich der Zeichen bedient, die uns heute umgeben: Verkehrschilder, ▷ Bedienungshinweise, ▷ Logos, etcetera. Nur durch einen Zufall geriet meine Studienarbeit (2. Semester) in die Hände der Wochenzeitung »Die Zeit«, die sie zu Silvester 1992 ganzseitig veröffentlichte. Die ▷ Resonanz blies mich um. Bis auf den heutigen Tag kommen immer wieder Anfragen für Abdrucke oder Ausstellungen. Rückblickend stellt für mich die Beschäftigung mit dem ersten Kapitel der Bibel auch das erste Kapitel in der Geschichte eigener, freier Arbeit dar. Erst diese überaus positive Erfahrung – daß jemand sich für »so einen Quatsch« überhaupt interessieren könnte – ermutigte mich zu weiteren freien Arbeiten. Juli Gudehus
* Eine alte Weisheit besagt: jede Sch. besteht aus einem Dreierschritt, der vierte Schritt leitet bereits eine Wiederholung ein. Gundolf Meyer-Hentschel, »Alles was Sie schon immer über Werbung wissen wollten«, 1996
* Die Kritik folgt den Sch.en des Geistes wie der Schatten dem Körper. Eugène Delacroix, Quelle und Jahr leider nicht zu ermitteln

▷ KREATION, CREATIO EX NIHILO
▷ ERSCHÖPFUNG

REZEPT * R. No. 1: Mache dem Betrachter Freude! Verschaffe ihm kleine Erfolgserlebnisse! Beruhige ihn mit Bekanntem und verstecke darin das Neue! Sorge für Motivation und dafür, daß er glücklich an sein Wahrnehmungserlebnis zurückdenkt! R. No. 2: Sorge für ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Spannung und ▷ Entspannung! Erzeuge Neugierde, vermeide Streß (außer so ein klitzekleines bißchen zum Nervenkitzeln, aber nach der »Peitsche« gleich wieder ein »Zuckerbrot« servieren!!!)! R. No. 3: Mach mit deinem Betrachter nichts, was du nicht auch mit dir machen lassen würdest! Sei fair und laß ihn nicht im Dunkeln tappen! »Definiere« euer Rollenverhältnis und halte es durch, wechsele nicht von »mütterlich« über »oberlehrerartig« zu »kumpelhaft«! Das schafft nur Verwicklungen. R. No. 4: Entwickle Gefühl für das richtige »Timing« bei der Gestaltung von Abläufen (Buch, Film, Performance, …)! Wie lang muß etwas erläutert werden, damit Verständnis aufkommt? Wann werde ich ruhiger, um den Betrachter nicht zu überfordern? Wann muß ein Knalleffekt kommen, damit er nicht einschläft? In welcher Reihenfolge setze ich meine Mittel ein? Was ist der Sinn meiner Arbeit? Was ist der Sinn meines Lebens? Gibt es ein Leben nach dem Tode? Verzettel dich nicht! Die Antworte auf obige Fragen sind von Aufgabe zu Aufgabe, von Betrachter zu Betrachter und von ▷ Grafiker zu Grafiker verschieden. Und ▷ Bilder »funktionieren« wieder ▷ ganz anders. R. No. 5: Denke daran, daß du, dein Betrachter und eure Umwelt ein lebendiges Gesamtsystem seid! Versuche nicht krampfhaft an einzelnen Faktoren herumzudoktern, sondern behalte den Gesamtzusammenhang im Auge! Versuche Geist, Gefühle, Erfahrungen, linke und rechte Hirnhälfte einzusetzen! R. No. 6: Erwarte nicht zu viel! R. No. 7: Erwarte nicht zu wenig! R. No. 8 (das wichtigste von allen): Trau niemals einem Patent-R., sondern mache deine eigenen Erfahrungen! Julia Maria Loo, »Lehren und Lernen. Gebrauchsanweisung für den menschlichen Geist«, 1993 (Studienarbeit)
* Raymond Loewys […] Erfolgs-R.: [seine] Ideen waren stets advanagrde und innovativ. Seine zu entwerfenden Objekte wurden immer genau studiert und er arbeitete ohne Ausnahmen sehr eng mit den technischen Abteilungen seiner Kunden zusammen. Seine Ideen waren häufig revolutionär und sind weltweit bekannt. Pierre La Baume, Besprechung des Buches »Raymond Loewy«, www.beinert.org, Juli 2003
* Es gibt keine *Passepartout*-R.e Jede ▷ Aufgabe muß man von vorn beginnen. Leopold Nettelhorst, »Schrift muss passen. Schriftwahl und Schriftausdruck in der Werbung«, Handbuch für die Gestaltungsarbeit an Werbemitteln, 1959
* Ich hatte […] einen Vater, der mit mir regelmäßig ins Museum gegangen ist, was sicher kein R. ist, dass man ein Kind so zur Illustratorin erziehen kann. Rotraut Susanne Berner, »Kinderliteratur im Gespräch. Zu Gast: Rotraut Susanne Berner (3. 2. 2004)«, Lesezeichen. Mitteilungen des Lesezentrums der Pädagogischen Hochschule Heidelberg. Heft Ausgabe 15/2004
* Es gibt keine bratfertigen R.e in den ▷ gestaltenden Berufen. Und *Fastfood* ist ungenießbar. Kurt Weidemann, in »Kurtstexte. Essays, Interviews und Reden von und mit Kurt Weidemann«, Hrsg. Manfred Kröplien, 1998
* Ich [ging] mit der Vorstellung nach Basel, dort R.e zu bekommen – wie ich in einen Schriftblock eine gegebene Fläche stelle und so saubere Typographie mache. R.e aber auch dafür, wie ich das alles begründen könnte. Wolfgang Weingart, in High Quality, Heft 16, 1/1990
* Komplizierte Photoshop-Bilder mit Standard- und mit experimentellen Schriften zu verbinden, ist in Quark xPress ein sicheres R., um einen Computer-Crash zu provozieren. Jon Wozencroft, »Die Grafik-Sprache des Neville Brody«, 1988
* Die richtige optische Rezeptur ist […] Aufgabe des Gestalters. Holger Karp, »Ihr Passwort, bitte …«, wörkshop, Heft 4 Aug '93
* Qualität ist das beste R. Werbeslogan von Dr. Oetker, ausgedacht von BBDO

▷ REZEPTION
▷ KORRUPT, SCRIPT, PT, DEPT, CONCEPT, KONZEPT

ZWIEBELHAUT * *(Onionskin)*. Nach dem Aussehen einer eingetrockneten Zwiebel benanntes Luftpostpapier. »Papier-Glossar«, www.agentur-brennecke.de
* Nach DIN 6730 ein hartes, radierfähiges, hadernhaltiges Dünn- […] Papier. Mit kleinwelliger […], auch gekräuselter ▷ Struktur. Diese wird gewöhnlich in der ▷ Trockenpartie ohne Zugspannung, gegebenenfalls auch Trocknen im Heißluftstrom oder durch Einprägung einer Körnung erreicht. »Druckerei Lexikon«, cyberhafen.de (»Eine erste Fassung – Ähnlich einer Testversion ist sie inhaltlich und formal noch unvollständig und fehlerhaft.«)

ZWIEBELFISCH * Ein auf dem ▷ Kopf stehende[r] Buchstabe. www.infomanager.at
* Ein Buchstabe aus einer falschen Schrift. www.ehrenamt-im-sport.de
* Buchstabe aus einer anderen Schrift: wenn also in dem Wort Z. das f aus der Frakturschrift auftaucht. Früher reichte dazu der versehentliche Griff in den falschen Setzkasten, oder eine Letter war im falschen Kasten abgelegt worden und rutschte so in den Winkelhaken des Setzers. Heute, bei der computergesteuerten Textherstellung, edarf es eines ellenlangen Befehls (Makro), um aus dem f ein Fraktur-f zu machen. www.bibliomaniac.de
* In der Setzersprache die Bezeichnung für falsch einsortierte Lettern im Setzkasten. Nicht nur, dass beim Zurücklegen der Lettern Fehler gemacht wurden, dass etwa ein E in die Abteilung des A gewandert ist (Fisch), nein, Z. bedeutet, dass Lettern aus einer anderen Schriftgattung im Setzkasten liegen (ein ganz besonders »stinkender Fisch«). »Das bunte Lexikon der schwarzen Kunst«, http://virtuelleschuledeutsch.at/dachs_gutenberg/f.html
* Seltsam, daß ich das heute immer noch so häufig sehe – weil die Leute scheinbar nicht richtig markieren können! Jörg Gudehus
* war auch der Name einer Zeitschrift: »Z. Kleine Zeitschrift für Buchwesen und Typographie« (später: »… für Geschmack in Büchern und anderen Dingen«, zuletzt: »… über Bücher, Kunst und Lebensstil«). Hrsg. war F. Blei, später H. und W. von Weber. Der Inhalt dieser Zeitschrift war, obwohl die neuen Ideen der Buch- und Schriftkunst und ihre praktische Ausführung im Vordergrund standen, doch recht locker und vielseitig. Es erschienen Gedichte und Prosadichtungen, Rezensionen etc. So locker das Programm von den Gründungsväter Franz Blei und den Verlegern Hans von Weber und C. E. Poeschel eingangs formuliert war, so locker war auch der Erscheinungsrhythmus der Zeitschrift (s. KAT. MARBACH 491 MIT GENAUER AUFSTELLUNG DES ERSCHIENENEN). Nach dem 2. Weltkrieg hat der Verlag den Versuch unternommen, die Zeitschrift, die 1931 ihr Erscheinen eingestellt hatte, neu zu beleben. www.bibliotheca-selecta.de

▷ FISCH, GRAFISCH, CAFLISCH
▷ S. 1593

PANIERUNG * Nummerierung von Seiten. www.reklamelexikon.de

▷ PANOSE, PAN-FOKUS, PAN

FLEISCH * Ausreichende ▷ Beschnittzugabe eines Bildmotivs. www.medienreich.de

▷ BEEF, ABGESCHNITTENE FINGERKUPPEN, NEULAND, KEGEL
▷ FLEISS
▷ FALSCH, FROSCH, FISCH, WISCH, KITSCH, ARSCH, BUSCH, LOESCH
▷ S. 2616

FALAFEL * 2002 von Per Jørgensen ▷ entworfene, dem Persischen nachempfundende Displayschrift (FontShop). Juli Gudehus

BULLETIN * Von Matt ▷ Desmond 1997 entworfene ▷ Displayschrift (MADType). ▷ BULLET, BULLE, BULLDOG Juli Gudehus
* A gritty and powerful all-caps ▷ face. Four styles are included so you can ▷ mix and match letters to create ▷ unique designs. www.myfonts.com

▷ BURTIN, PLANTIN, WELTIN, LATIN
▷ S. 2172

PUFFER * In aller Munde. Werbespruch von Pfanni Kartoffelpuffer
* Andere Bez. für ZWISCHENSPEICHER. Alfons Oebbeke, www.glossar.de

▷ PUFFING
▷ LÄUFER, GREIFER, ZIFFER, TÖPFFER, TREFFER, KOFFER, JUNGFER, SCHÖPFER, SCHÖFFER, SCHÄFER, SCHROFER, STUFFER, BUFFER
▷ S. 1622

DRUCKERPUFFER * Nimmt die zu druckenden ▷ Daten auf, um den Prozessor zu entlasten. www.conet.ch
* Damals, als der Rechner immer nur eines zur Zeit machen konnte, hieß Drucken warten. Der D. war eine große Hilfe,